



Kvindelige iværksættere i landdistrikter - ikke bare en bitte biks

Tanvig, Hanne Wittorff

Publication date:
2010

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Citation for published version (APA):
Tanvig, H. W. (2010). *Kvindelige iværksættere i landdistrikter - ikke bare en bitte biks*. Skov & Landskab, Københavns Universitet. Arbejdsrapport Skov & Landskab Nr. 124/2010



Kvindelige iværksættere i landdistrikter - ikke bare en bitte biks.

ARBEJDSRAPPORT SKOV & LANDSKAB

124 / 2010



Teorier og konkrete undersøgelser i landdistrikter i Vejle kommune

Af Hanne Tanvig



Titel

Kvindelige iværksættere i landdistrikter - ikke bare en bitte biks.
Teorier og konkrete undersøgelser i landdistrikter i Vejle Kommune

Forfatter

Hanne W. Tanvig

Serietitel, nr.

Arbejdsrapport Skov & Landskab nr. 124
Rapporten publiceres udelukkende på www.sl.life.ku.dk

Dtp

Inger Grønkjær Ulrich

Bedes citeret

Tanvig, Hanne W. (2010): Kvindelige iværksættere i landdistrikter
- ikke bare en bitte biks. Teorier og konkrete undersøgelser i land-
distrikter i Vejle Kommune. Arbejdsrapport nr. 124, Skov & Landskab,
Københavns Universitet, Frederiksberg, 55 s.

ISBN

978-87-7903-521-8

Udgiver

Skov & Landskab
Københavns Universitet
Rolighedsvej 23
1958 Frederiksberg C
Tlf. 35 33 15 00
E-post sl@life.ku.dk

Gengivelse er tilladt med tydelig kildeangivelse

I salgs- eller reklameøjemed er eftertryk og citering af rapporten samt
anvendelse af navnet Skov & Landskab kun tilladt efter skriftlig
tilladelse.

Forord

Iværksætteri i landdistrikter er en nøgle til fremme af levevilkår i landdistrikterne. Det hænger sammen med, at en akilleshæl for udviklingen er et faldende udbud af lokale arbejdspladser inden for bestående erhverv og derfor indtjenings- og beskæftigelsesmulighed for mange, som ellers gerne vil bo og leve i landdistrikterne. Nye muligheder for lokale økonomier må i søgelyset.

Denne rapport handler om kvindelige iværksættere i landdistrikter. De har været et overset potentiale i forbindelse med udvikling i landdistrikterne. Både i forskning og i erhvervsfremmesystemet står iværksætteri i landdistrikter i det hele taget ikke centralt og slet ikke kvinder som iværksættere i landdistrikter.

En nyligt gennemført undersøgelse (Tanvig, 2010) løftede imidlertid en flig af sløret for dette potentiale. Den pågældende undersøgelse havde ikke som udgangspunkt et kønsperspektiv. Men det viste sig hurtigt, at der var store forskelle på mænds og kvinders iværksætteri. Inspireret af de resultater blev indeværende undersøgelse igangsat, som derved kan betragtes som en uddybning af den tidligere.

Undersøgelsen er en del af et større projekt, som har til formål at understøtte udbredelse af viden om og netværksopbygning mellem kvindelige iværksættere i landdistrikter, med udgangspunkt i Vejle området. Undersøgelsen henven-der sig således både til det pågældende netværk, som efterfølgende har fået navnet KVILA, og til rådgivere og andre aktører, som kan understøtte kvindelige iværksættere i landdistrikter, såvel i Vejle området som udenfor.

Undervejs har mange givet deres besyv med, ikke mindst KVILAs medlemmer og de kvinder, som i øvrigt har deltaget i delundersøgelserne. Lise Herslund har givet faglig respons, Sanne Damkær Christensen har hjulpet med sproglig finpudsning og Inger Grønbech Ulrich med at gøre manuskriptet helt færdig mht. opsætning og tryk. Alle have stor tak for input og medvirken i det hele taget.

Undersøgelsen er finansieret af Indenrigsministeriets Landdistriktspulje og af LAG Vejle. LAG Vejle har engageret undertegnede til at gennemføre den. Og så tak for det samarbejde.

Ansvar for resultaterne er undertegnede, og yderligt interesserede er velkomne til at kontakte mig.

Hanne Tanvig,
Seniorrådgiver

Kontakt: Skov & Landskab, Københavns Universitet
Vedelsgade 6, 7100 Vejle
hwt@life.ku.dk
Tlf. 3058 9820

Indhold

Forord	3
Indledning	5
Formål og fremgangsmåde	7
Litteratur og undersøgelsesresultater om kvindelige iværksættere i landdistrikter	8
Om kønsbestemte træk ved iværksættere	8
Forskellige analyseperspektiver på kvindelige iværksættere	9
Om regionale forskelle, landdistrikter og iværksætteri	10
Forskellige former for entrepreneurship og relationer til omgivelser	11
Problemer med definitioner af iværksættere	13
Om at analysere iværksættere i en lokal sammenhæng	14
Delundersøgelser af kvindelige iværksættere i landdistrikter med udgangspunkt i Vejle området	17
Schøtts undersøgelse	17
Den kvalitative undersøgelse af de spirende erhverv	18
Metoden i øvrigt	18
Resultaterne	20
Resultaterne og modellen	22
Undersøgelsen af de kvindelige iværksættere i netværksprojektet KVILA	23
Netværket	23
Metoden i øvrigt	24
Resultaterne af KVILA-undersøgelsen og modellen	36
Analyse og konklusioner	39
Litteratur	45
Bilag 1. Profiler af de spirende erhverv (fra undersøgelsen Mere mellem himmel og jord – spirende erhverv i landdistrikter i Vejle kommune)	47
Bilag 2. Spørgeramme med bearbejdede resultater - undersøgelsen i KVILA netværket	50

Indledning

Udvikling i landdistrikterne, som er bæredygtig socialt og økonomisk set, forudsætter tilgængelighed til jobs og erhvervsmuligheder for den erhvervsaktive befolkning. Normalt gøres udvikling i landdistrikterne mest til et spørgsmål om enten landbrug eller bosætning, og hvis der ses på erhvervsaktivitet, gøres den mest til et spørgsmål om pendlingsafstande. Imidlertid falder antallet af arbejdspladser i de danske landdistrikter i disse år, og tilsyneladende er der grænser for pendling til arbejdspladser uden for landdistrikterne. I hvert tilfælde er der en voksende fraflytning, specielt fra yderområderne. Det reducerede udbud af arbejdspladser er utvivlsomt med til at skubbe på den tendens til fraflytning. Se f.eks. Velfærdsministeriet og Fødevareministeriet (2009).

Det reducerede udbud af arbejdspladser skyldes ikke alene landbrugets strukturudvikling, som i sig selv har trukket mange afledte erhverv væk fra landdistrikterne. Især er det andre erhverv, der ellers i de sidste årtier har gjort det muligt at ernære sig i de tyndt befolkede områder, som nu er ramt af nedgang. Strukturreformen med ikrafttræden i 2007 er i sig selv med til at reducere beskæftigelsen i den offentlige sektor i de områder, både pga. det reducerede antal kommuner og den centraliseringsbølge, som er fulgt efter. Derfor er der anledning til at sætte fokus på spørgsmål om nye erhvervspotentialer og etablering af nye indtjeningsformer i form af iværksætteri¹ i landdistrikterne.

Særligt for kvindernes vedkommende synes det relevant at interessere sig for skabelse af nye erhverv i landdistrikterne. Det skyldes et voksende mismatch mellem uddannelsesvalg og de lokale arbejdsmarkeder i landdistrikterne, som navnlig gælder for kvindernes vedkommende. De lokale arbejdsmarkeder er kendetegnet ved først og fremmest at rumme maskuline jobs, hvorfor mange unge kvinder foretrækker at søge væk til, for dem, mere attraktive arbejdsmarkeder. Hertil kommer, at mange kvinder i det hele taget lader sig bedre uddanne end mænd. Unge kvinder fra landdistrikterne er derfor særligt dem, som må flytte væk, fordi uddannelsesstederne sjældent ligger i de tyndt befolkede områder og efter endt uddannelse er afstanden mellem deres kvalifikationer og de lokale arbejdsmarkeder i de tyndt befolkede områder så øget. En negativ skrue er sat i gang. Se f.eks. Rauhut et al. (2008).

Der findes kun en beskedent mængde litteratur, som direkte handler om iværksættere i landdistrikter og endnu mindre om kvindelige iværksættere i landdistrikter. I givet fald handler den eksisterende litteratur mest om forhold i udviklingslandene, hvorfor der er grænser for anvendelighed i dansk sammenhæng. Vi har dog fundet noget relevant litteratur og nogle undersøgelsesresultater, som kan bruges i det følgende, til inspiration for vores egen analyse.

Resultaterne bearbejdes og anvendes i sammenhæng med et større udviklings-

¹ Definitionen af iværksætteri er bred, idet vi ikke først og fremmest skal arbejde med statistik i denne analyse. Her handler det om etablering og evt. overtagelse af et forretningsområde for nylig. Det betyder, at vi ikke sonder klart mellem innovation og imitation, eller mellem selvstændigt ejerskab eller ikke, og heller ikke f.eks. skiller dem fra, som ellers kaldes hobby-virksomhed (omsætning u. 100.000).

projekt, som tager sigte på etablering og udvikling af et netværk for kvindelige iværksættere i landdistrikterne i Vejle området. Sammenhænge til hovedprojektet vil fremgå senere.

Formål og fremgangsmåde

Formålet med denne analyse er først og fremmest at give en karakteristik af kvindelige iværksættere og deres erhvervsprojekter i landdistrikterne lige nu, med udgangspunkt i en række teorier om regional udvikling og om iværksætteri og særlige undersøgelser foretaget i Vejle området. Vi skal indfange potentialer og barrierer og lægge op til muligheder for at understøtte kvindelige iværksættere i landdistrikterne.

Med hjælp fra litteraturen spores vi først ind på temaet som sådan: kvinder som iværksættere og nogle mulige analyseperspektiver. Vi spores desuden ind på en potentiel betydning af landdistrikter som omgivelser for iværksætteriet, altså hvad dimensionen "landdistrikt" frem for f.eks. storby, konkret kan betyde for kvinder som iværksættere. Herefter trækker vi essensen ud af to mindre undersøgelser.

Den første undersøgelse havde ikke som udgangspunkt et kønsperspektiv på iværksætteri (Tanvig, 2010), men resultaterne afslørede, at der var tydelige forskelle på iværksætteri, afhængigt af om det var mænd eller kvinder, som stod bag de nye erhverv. De særligt tydelige, kønsrelaterede forskelle fra den undersøgelse er taget med her.

Den anden undersøgelse er gennemført direkte til indeværende analyses formål, og er således en kvalitativ undersøgelse foretaget blandt eksisterende, kvindelige iværksættere i landdistrikter.

De samlede resultater perspektiveres til sidst.

Litteratur og undersøgelsesresultater om kvindelige iværksættere i landdistrikter

Som tidligere refereret er viden om kvindelige iværksættere i landdistrikter sparsom. Der findes enkelte undersøgelser om kvinder som iværksættere, men de har kun antydningvist en geografisk relation. Vi må derfor selv finde potentielle analyseperspektiver, som også kan få øje på landdistriktets mulige betydning for iværksættere i almindelighed og kvindelige iværksættere i særdeleshed.

Om kønsbestemte træk ved iværksættere

Flere undersøgelser viser, at der er ligheder men også nogle markante forskelle mellem mænd og kvinder som iværksættere. Erhvervs- og Byggestyrelsen (2000; 2008; 2010 a og b) viser f.eks. at:

- Der er langt færre kvindelige end mandlige iværksættere. Kvindernes andel udgør max. $1/3 - 1/4$ af alle iværksætterne. I 2005 svarede det f.eks. til, at 3.568 kvinder etablerede sig som iværksættere. I de sidste 10 år har der imidlertid været et stigende antal iværksættere blandt kvinderne, men ikke blandt mændene
- Kvindernes virksomheder er mindre, både målt i beskæftigelse og økonomi.
- Sigtet med iværksætteriet for kvindernes vedkommende er ofte "self employment", hvor det for mændene i stedet snarere er at skabe virksomheder. Der er også lidt færre vækstiværksættere blandt kvinder end blandt mænd. Vækstiværksættere kendetegnes ved at have årlig tilvækst og mange ansatte efter fem år
- Begge køn har følgende motiver for at blive iværksættere: at få nye udfordringer og at få foden under eget bord. Men for kvinderne spiller det desuden en central rolle at få større sammenhæng mellem arbejds- og familieliv, hvor det for mændenes vedkommende nærmere er at tjene mange penge
- Kvindelige iværksættere er generelt lidt ældre end mænd, når de etablerer sig som erhvervsdrivende
- Uddannelsesniveautet blandt kvindelige iværksættere er generelt lidt lavere end blandt mandlige
- Kvinderne etablerer sig i højere grad end mænd inden for operationelle servicefag, f.eks. rengøring og butiksservice, hvor mænd i højere grad etablerer sig inden for f.eks. håndværk, fremstilling og i tilfælde af services f.eks. IT
- Kvinderne er mere tilbøjelige til at skifte fag, altså etablere sit nye erhverv inden for et andet fagområde, end de uddannet eller har haft job inden for. Derfor er de erfaringsmæssigt ikke så konsoliderede inden for den nye virksomheds område

- Kvindernes netværk virker svagere
- Kvinderne er ikke så risikovillige og deres evne til overlevelse er ikke så stor som mændenes
- Mændene er mere eksportorienterede end kvinderne
- Kvindelige iværksættere har hyppigere familie (er gift eller samlevende) end mandlige iværksættere, og de bruger mindre tid på deres nye erhverv, end mændene gør
- Kvinderne rådfører sig ikke i samme omfang, som mænd gør, med det professionelle system, nærmere med familie og personer i nærheden

Sammen med andre indikatorer fremstår kvindelige iværksættere umiddelbart set som lidt "svagere" end mandlige. Nogle finder en forklaring i det forhold, at kvinderne er mere tilbøjelige til at vælge brancher eller arbejdsområder for det nye erhverv, der som udgangspunkt er mere usikre og konkurrencetruede. Ofte ses deres "svagheder" derfor som branchebestemte. Andre tillægger til gengæld forskellene nogle dybere, grundlæggende og sociale baggrunde, der har sammenhæng med levevilkår og "det levede liv" bredt set, f.eks. Ahl (2004); Marlow (2008).

Forskellige analyseperspektiver på kvindelige iværksættere

I forskning og analyser, f.eks. Erhvervsfremmestyrelsen (2000), beskrives to forskellige analyseperspektiver, som understreger, at forskellene på mænds og kvinders iværksætterprojekter kan forstås meget forskelligt:

1. Et perspektiv, hvor der ikke lægges vægt på kønsrelaterede forskelle. Her bliver kvindernes erhvervsprojekter "bare" målt op imod gennemsnittet, som jo er præget af mændenes gøremål, fordi de er i flertal. Kvindernes erhvervsprojekters afvigelser anses ikke som kønsbestemte men "bare" for at have mangler eller afvigelser i forhold til gennemsnittet. Logikken fører ofte til, at kvindernes erhvervsprojekter skal styres i retning af det gennemsnitlige. En svaghed kan f.eks. være motivet om "self employment" frem for et motiv om skabe en egentlig virksomhed og vækst
2. Et perspektiv, hvor det anerkendes, at kvindernes erhvervsprojekter kan have et andet udspring end mænds og skal vurderes i forhold til den kontekst, de udspringer af. Her tænkes på, at kvindernes motiver for at iværksætte nye erhverv hyppigt har sammenhæng med ønsker om et bedre hverdagsliv og at få tingene til at hænge sammen i hverdagen, f.eks. et familieliv

Det perspektiv, som tilstræber at komme kvindernes særpræg i møde, perspektiv 2, lægger også op til andre typer succesmål end perspektiv 1's. Effekt og nyttevirkninger skal i givet fald måles i flere sfærer end alene i regi af den rene økonomiske aktivitet, nemlig virksomheden isoleret set. Idealet i form af "the economic man"² som iværksætterttype slår altså ikke til, hvis man grundlæggende skal forstå og anerkende de fleste kvindelige iværksættere og deres projekter.

² Personen som ren økonomisk aktør/det økonomiske objekt er enerådende.

Om regionale forskelle, landdistrikter og iværksætteri

Almindeligvis ofres der ikke megen opmærksomhed på, at geografisk placering kan have en konkret afsmittende betydning på erhvervsprojekter. Her tænkes især på, at iværksætteri kan reflektere det sted, som det søsættes i, i et landdistrikt eller et andet sted. Dog er det en udbredt opfattelse, at iværksætteri primært finder sted i vækstområder eller i byer. Flere undersøgelser, bl.a. tidligere refererede, viser da også umiddelbart, at etableringshyppigheden eller den såkaldte iværksætterrater³ kan måles til at være langt større i storbyområdet end f.eks. i landdistrikterne.

For år tilbage fandt man, at iværksætteri ofte udsprang af bonde- og håndværkerkulturens selvstændighedstrang, og at det (derfor) ofte gjorde sig gældende uden for byerne. Igennem 1970'erne og 1980'erne var der f.eks. megen opmærksomhed overfor de mange nyetableringer, som fandt sted i tyndt befolkede områder, se f.eks. Tanvig (1995).

Især i Erhvervsfremmestyrelsen (2000) fremgår, at typerne af iværksættere dog synes at have ændret sig med årene, og at der samtidigt forekommer en større mangfoldighed i storbyområdet. Nye typer iværksætteri bevirker tilmed, at aktiviteterne kun delvist eller slet ikke kan tælles med i statistikken, fordi dens mål nærmere er afstemt efter den gamle typologi. Et eksempel er de nystartede erhvervsaktiviteter, som etableres i netværk frem for af en selvstændig iværksætter. Det anføres desuden, at den rurale selvstændighedskultur nærmest virker modsat på iværksætteri i dag, altså hæmmer muligheden for nye typer iværksætteri.

Forklaringen er, at selvstændighedskulturen udspringer af tidligere tiders erhverv og brancher, og at den afledte kultur alene har tilbøjelighed til at reproducere det eksisterende og ikke til at entrere med nye erhvervsformer. Nye typer iværksættere har andre baggrunde⁴ og de befinder sig inden for andre erhvervstyper og brancher, ofte kaldt videns- og væksterhverv. Mange etableres af lønmodtagere, som forbliver lønmodtagere.

Disse sammenhænge behøver dog ikke automatisk at omfatte kvinderne, hverken tidligere eller nu. Selvstændighedskulturen og dens normer og kontekst udspringer netop af et maskulint arbejdsmarked, med trangen til at realisere den faglærte uddannelse inden for kendte brancher og stoltheden ved at få foden under eget bord i egen virksomhed.

Tanvig (2003) var på sporet af dette, da hun for år tilbage fandt, at omfanget af iværksættere ganske vist var størst, jo tættere vi kom på storbyerne og især i den østlige del af Danmark, både absolut og relativt set. Men at det ikke var et mønster, som fulgtes ligeså klart af kvinderne. Kvindernes iværksætterrater var relativt set større i storbyerne end i landdistrikterne, men der var relativt set lidt flere kvindelige end mandlige iværksættere i landdistrikterne. Og der var i øvrigt relativt flere kvindelige iværksættere i landdistrikterne vestpå end i landdistrikterne østpå.

³ Som regel antal iværksættere målt ift. antal indbyggere i den erhvervsaktive alder i et givet område.

⁴ En sammenblanding af begreberne iværksætter og selvstændig giver derfor problemer.

For nylig blev det tilsvarende vist (Erhvervs- og Byggestyrelsen, 2010a), at etableringshyppigheden blandt kønnene fortsat er forskellig regionalt set. Den største iværksætterrater blandt mændene findes i de mest befolkningstætte områder, mens det vises, at f.eks. øerne Læsø, Ærø og Samsø ikke desto mindre har den største iværksætterrater i hele landet, og at det navnlig er kvindernes fortjeneste.

Dette giver næring til ideen om, at der er sammenhænge mellem stedet som ramme – her landdistrikterne - og etablering af de nye erhverv, som navnlig kvinderne agerer på. Hvad enten de gør det af nødvendighed, f.eks. for at få hverdagslivet til at hænge sammen (push), eller fordi de har lyst til at realisere et andet hverdagsliv og/eller et ønske om at realisere faglige ambitioner. Måske kunne det tilmed være, at de vil benytte muligheder for erhvervsaktivitet på stedet set mere offensivt (pull).

Forskellige former for entrepreneurship og relationer til omgivelser

Den begrænsede viden om ovenstående sammenhænge mellem sted, køn og iværksætteri kan skyldes, at det er perspektiv 1, som har været styrende for opmærksomheden overfor og analyser af iværksætteri i det hele taget, og at synligheden og målbarheden er størst i vækstsammenhænge. For år tilbage blev betydningen af selvstændighedskulturen som økonomisk udvikler også sat i sammenhæng med den decentrale vækst og den vstdanske vækstbølge, se f.eks. Tanvig (1995). Det var dengang fremstillingserhvervene etablerede og udviklede sig markant uden for byerne, især i form af små og mellemstore virksomheder, mens byernes gamle, store industrier var i krise, se f.eks. Maskell (1988).

På den baggrund er det interessant, når f.eks. Anderson (2000); Jack/Anderson (2002) og andre inspireret heraf viser, at iværksætteri ikke altid er betinget af vækstøkonomi, og derfor kan vise muligheder for brud og skabelse af nye lokale økonomier på andre formler, med evt. senere og anderledes vækstøkonomi til følge. De stiller netop spørgsmål til ovenstående, indbyggede logik byggende på "the economic man" og hans afhængighed af økonomiske vækstområder.

I det hele taget kan vi med Castells (1996) i ryggen, spørge os, om ikke globalisering og teknologisk udvikling netop giver rum for langt mere differentierede potentialer for iværksætteri. Heri skrives om to forskellige rum for udvikling: "spaces of flows", det globale, "spaces of place", det lokale. De store vækstøkonomier arbejder og vandrer globalt, men det er potentialer på stedet og forløsning heraf, som tiltrækker økonomisk aktivitet, som altså udløser, hvor den konkrete udvikling i form af erhvervsaktivitet vil foregå. Det betyder, at de to rum for udvikling forenes i nye former og bryder med ideen om, at økonomisk udvikling f.eks. gennem nyetablering først og fremmest vil ske i vækstområder, pga. en a priori opfattelse af volumens betydning. "Periferi" kan også spille en initierende rolle for iværksætteri. Tilsvarende brydes med opfattelsen af, at udviklingen foregår og kan reguleres inden for en nations grænser, eller f.eks. mellem by og periferi.



Nedlagt landbrug – nu kursuscenter. Foto: Hanne Tanvig

Sådanne teorier lægger i stedet vægt på, at ny økonomisk udvikling i sin konkrete form har et lokalt ståsted, som efter teorien kan være lokalt alle vegne, og derfor også i ”perifere” områder. Det er den sammenhæng, som har fostret begrebet ”glokalitet”, se f.eks. Hubbard et al. (eds.) (2004). En central forudsætning er dog tilstedeværelse af kompetencer og agenter, som kan realisere potentialerne på stedet på nye og konkurrencedygtige måder, og her må det erkendes, at storbyernes videnressourcer⁵ synes at trække det lange strå.

Anderson, op ref., tager udgangspunkt i det tilsyneladende paradoks, at der foregår ny og levedygtig erhvervsaktivitet i geografiske egne, hvor den ellers ikke ville foregå ud fra en konventionel synsvinkel. I sine cases finder han, at det er tilflyttede, veluddannede folk, som sætter nye erhverv i scene ved at relancere stedlige værdier, typisk biofysiske, med tilhørende kultur og viden. Det er ofte værdier, funktioner og erhverv, som har ernæret de lokale beboere i tidligere tid. Det nye er, at de gør det organisatorisk på nye måder, og at de kan gøre det, fordi de som tilflyttere ikke er ”hjemmeblinde” og kan se de lokale potentialer og som veluddannede ved, hvordan de lokale potentialer kan lanceres på nye markeder.

Jack/Anderson, op ref., viser, at der dannes en interaktiv proces mellem de enkelte iværksætterprojekter og de lokale omgivelser, hvorved lokal forankring og udvikling øges gennem sammenbindingen af stedlige, kulturelle, sociale og fysiske egenskaber med økonomiske relationer. De konfronterer dermed den slags iværksætteri, der ellers udspringer af vækstøkonomi med, som Anderson kalder ”the peripheral mode of entrepreneurship”.

Effekten og rækkevidden af ”the peripheral mode of entrepreneurship” kan ikke registreres ved hjælp af konventionelle succes mål for iværksætteri. Det giver ikke mening at skille den rene økonomiske aktivitet ud, ”virksomheden” (mi-

⁵ Fordi forsknings- og uddannelsesmiljøer først og fremmest findes her. Men det betyder også, at den formel kan bruges andre steder, såfremt viden kan flyttes.

croniveau), og måle den adskilt fra den lokale, horisontale kontekst og netværk og dermed den investering og gensidige ”re-resourcing”, som finder sted, og som både tilfalder virksomheden og lokalsamfundet (mesoniveau). Tilsvarende giver det ikke mening at se bort fra interaktion med macroniveauet, som, jf. globalitetsbegrebet, kan sætte sig igennem i nye alliancer med det lokale: micro- og mesoniveauet.

Centralt står, at der gennem netværksopbygningen og udveksling mellem micro-, meso- og macroniveauerne kan ske en grænsebrydning mellem det økonomiske, sociale og kulturelle, mellem gammelt og nyt, og mellem det lokale og ikke-lokale. Den selvstændighedskultur, som måske ellers kunne være enerådende og som er opfattet som konserverende på udviklingen i de danske landdistrikter, Erhvervsfremmestyrelsen, op ref., vil derfor i stedet kunne suppleres, fornyes eller erstattes og dermed bringe landdistrikternes udvikling ind på nye spor.

På flere måder forekommer det, som om de kvindelige iværksættere snarere har kendetegn som ”the peripheral mode of entrepreneurship” end som ”the economic man”.

Problemer med definitioner af iværksættere

Muligheden for at opfatte og forstå de forskellige typer iværksættere forudsætter, at vi anvender en analysemetode og begreber, som kan hjælpe med det. Her starter vi med at anvende et iværksætterbegreb, der ”bare” omfatter alle nye erhvervsaktiviteter med et CVR nummer. Vi er klar over, at CVR registeret omfatter alle nyregistrerede (på det givne tidspunkt), også selv om de ikke er nyetablerede men blot har fået et nyt nummer af juridisk/økonomiske årsager. Derfor skal det under alle omstændigheder bearbejdes.

Af ovenstående bliver det også klart, at uden en mere præcis og samtidigt differentieret tilgang bliver vi ikke i stand til at forstå de mere grundlæggende sammenhænge og ej heller potentialerne eller barriererne for kvindelige iværksættere i landdistrikter. Når der skal anvendes statistik, gives mange forskellige bud og definitioner. I en ”hard core” udgave er en iværksætter at forstå som en person, der for nylig har etableret og ejer en ny erhvervsaktivitet, der er startet fra bunden. I andre sammenhænge ser man nærmere på graden af innovation, og styrer bl.a. uden om gamle forretningskoncepter som f.eks. en frisør. Som regel er ejerskabet også udslagsgivende for, om man kan tælles med. Det betyder, at f.eks. ledende lønmodtagere (i et I/S) udelades, eller at f.eks. netværkskonstruktioner ikke tæller alle partnerne med, men kun én af dem som iværksætter. Ofte inkluderes ej heller aktiviteter på under kr. 100.000, fordi de ses som rene hobbies, eller aktiviteter, som ikke omfatter én fuldtidsstilling eller derover.

I Erhvervs- og Byggestyrelsen (2010a) differentieres, idet der skelnes mellem hobbyvirksomheder (under kr. 100.000 i omsætning), livsstilsvirksomheder (over kr. 100.000 i omsætning, op til fuld stilling), virksomheder med op til 10 ansatte og store virksomheder (over 10 ansatte). Det er den sidstnævnte, som favner ”vækstiværksætteren”⁶.

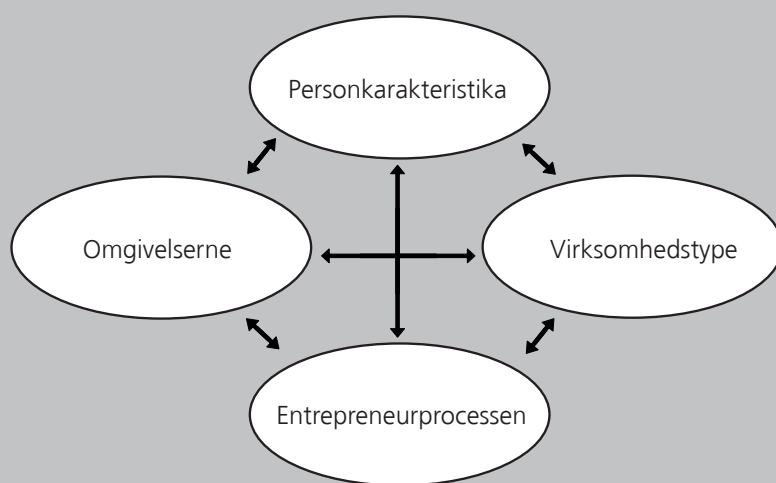
⁶ Vækstiværksætteren opfattes sådan, når der er tale om årlig vækst og mange ansatte efter fem år.

For at forstå det kvindebestemte perspektiv i iværksætteriet, taler meget for kvalitative mål snarere end kvantitative som f.eks. omsætning, jf. ovenstående. Vi skal have blik for en integreret erhvervsvirkelighed. Det betyder, at vi kan bruge de pågældende opdelinger ovenfor til inspiration men må supplere dem. Sondringen mellem hobby og ikke hobby gennem en ren økonomisk skillelinje er f.eks. ikke tilstrækkelig, specielt fordi det for den enkelte kvinde kan have en anden vægtning i tilværelsen – den nominelt lille aktivitet i ”virksomheden” kan f.eks. betyde afgørende meget reelt set i ”hverdagslivet”. Kvindernes tilbøjelighed til forsigtighed kan f.eks. også betyde, at det, som på et tidligt stadium er småt, kan udvikle og forvandle sig. Fordi mange kvinder ofte også har lønnede jobs ved siden af, er det f.eks. ligeledes vigtigt at opfatte hendes samlede erhvervsmæssige aktivitet i sammenhæng.

Om at analysere iværksættere i en lokal sammenhæng

Når vi skal analysere kvinders iværksætteri i landdistrikter, må vi se på omgivelser og processer, og ikke alene på erhvervsprojektet her og nu. Iværksætteri må ses som en integreret aktivitet og især som et samspil mellem micro- og mesoniveauerne (den enkelte/erhvervet i forhold til f.eks. de lokale omgivelser, familien og lokalsamfundet).

Figur 1



Kilde: Erhvervsfremmestyrelsen (2000).

Inspireret af Erhvervsfremmestyrelsen, op ref., er det formålstjenligt at se på fire faktors samspil som baggrunden for iværksættervirksomheden: omgivelserne, personkarakteristika, virksomhedstype og entrepreneurprocessen.

Omgivelserne svarer i kilden til de generelle samfundsmæssige rammer for iværksættere, f.eks. lovgivning, overordnede incitamenter og rammevilkår

uden fysisk afgrænsning (macroniveau). Ved at lægge vægten på omgivelser i micro- og mesoperspektiv, i betydningen lokalitet og stedlige vilkår og ressourcer, vil det være muligt at bruge denne model, når vi netop ønsker det særlige



Livsstilelværksætter! Foto: Hanne Tanvig

fokus på landdistrikter, som stedet for iværksætning. I denne analyse ser vi altså ikke på nationale "omgivelser" eller de generelle rammevilkår.

Ved *personkarakteristika* forstås især den enkelte persons baggrund og erfaringer (den humane kapital).

Ved *virksomhedstype* forstås den slags erhvervsaktivitet og ikke mindst den organisering, hun har valgt. Herimellem tænkes på markedet, som kan befinde sig på forskellige niveauer, bl.a. et ikke afgrænset macroniveau f.eks. i tilfælde af e-handel.

Og ved *entreprenørprocessen* forstås, hvorledes hun er kommet dertil, hvor hun er nu, og særligt hvilke relationer hun har og har haft for at nå dertil, f.eks. træk på netværk og rådgivning. Dette træk kan fysisk set række ud over omgivelserne forstået som ovenfor, og altså også omfatte et macroniveau. Det "glokale" rums muligheder kan være i spil.

Modellen lægger op til, at "gode" samspil mellem de fire faktorer fører frem til en succesfuld erhvervsaktivitet til fordel for de pågældende kvinder inkl. deres personlige relationer (microniveau) og til fordel for landdistriktsudvikling (mesoniveau).

Men der kan tænkes mismatch, herunder f.eks. at omgivelserne ikke inddrages fuldt og helt. F.eks. er det nærliggende at antage, at den konventionelle tilgang til kvinderne som iværksættere, med deres tilsyneladende svagheder, er med til både bevidsthedsmæssigt og faktisk at trække kvinderne ud af og afkoble fra den integrerede sammenhæng på mesoniveau og over i en mere afkoblet eller isolerbar virksomhedsprofil. Det er også nærliggende at antage, at kvindernes lokale forankring af erhvervsprojektet først og fremmest er i familien og evt.

sociale relationer i nærområdet, og ikke som i "the peripheral mode of entrepreneurship" også bygger på en inddragelse af stedet eller det biofysiske element, f.eks. naturen og råvarer, i selve erhvervskonceptet.

Delundersøgelser af kvindelige iværksættere i landdistrikter med udgangspunkt i Vejle området

I det følgende gengives hovedresultaterne fra to mindre undersøgelser af iværksætteri i landdistrikter. Den ene havde ikke som udgangspunkt et fokus på kønsrelaterede forskelle, men det viste sig, at der var klare forskelle på kvinders og mænds erhvervsprojekter og deres baggrunde. Det er navnlig den del af undersøgelsen, som handler om kvindernes erhvervsprojekter, som refereres til heri. Den anden bygger til dels videre på den førstnævnte, og omfatter alene kvinders nye erhvervsprojekter i landdistrikter. Begge har udspring i Vejle områdets landdistrikter.

Der foreligger meget lidt tilgængelig viden om kvindelige iværksættere i landdistrikter, især når vi afgrænser landdistrikter til bestemte lokalområder⁷. Fra en ældre undersøgelse (Tanvig, 2003) kan vi dog plukke lidt, som har med Vejle området at gøre. Heri blev der set på "hard core" iværksætterne, forstået som Danmarks Statistiks⁸ definition af iværksættere. Den blev foretaget i bl.a. Vejle Amts landdistrikter i forhold til landet under et og i forhold til tre andre amter. Der blev det vist, at omfanget af iværksætteri i landdistrikterne i form af den såkaldte iværksættergrad⁹ i de fire sammenlignede amters landdistrikter lå højere, end den gjorde i de samme amters bysamfund (i 1998). Vejle Amts landdistrikter lå næsthøjest. I samme undersøgelse blev det vist, at kvindelige iværksættere også udgjorde en større andel i landdistrikterne, end de gjorde i landet under et. For Vejle Amts vedkommende gjorde kvindelige iværksættere sig ligeledes stærkt gældende. Undersøgelsen viste altså, at der dengang var grund til stor opmærksomhed overfor iværksættere i landdistrikter, også i Vejle området, men det kom i glemmebogen.

I forbindelse med tilrettelæggelse af landdistriktspolitik i Vejle Kommune blev der indledningsvis foretaget en statistisk orienteret undersøgelse (Schøtt, 2009) i landområder¹⁰ i Vejle kommune sammenlignet med Vejle by. Den blev fulgt op af en kvalitativt orienteret undersøgelse (Tanvig, 2010).

Schøtts undersøgelse

Undersøgelsen blev foretaget i 2008 og er baseret på især telefoninterviews¹¹.

⁷ Fyldestgørende statistik kan dog muligvis oparbejdes vha. en særkørsel hos Danmarks Statistik, men dette har ligget uden for projektets finansielle muligheder. Fortsat ville vi formentlig have det tidligere omtalte metodeproblem, nemlig at den pågældende statistik næppe ville kunne rumme alle typer iværksættere og dermed måske ikke den slags, som især kvinderne repræsenterer.

⁸ Der blev foretaget en statistisk særkørsel.

⁹ Antallet af iværksættere set i forhold til antal bosiddende i den erhvervsaktive alder.

¹⁰ Her svarer landområder til området uden for Vejle by.

¹¹ Udvælgelsen er sket på baggrund af CVR-registret, hvor et stort antal nye virksomheder er blevet kontaktet. Der er følgelig ikke foretaget samme afgrænsning af iværksætterbegrebet som f.eks. Danmarks Statistiks, jf. tidligere.

Blandt de interviewede kan der iagttages nogle mønstre:

- Der er langt færrest kvindelige iværksættere – ca. 30 % - både på landet og i byen, og der er stort set ingen forskel på andelen, hvad enten det er på landet eller i byen^{12 13}
- Flere virksomheder på landet end i byen ejes af iværksætteren selv og er etableret uafhængigt af andre virksomheder
- Der er en tendens til, at iværksætterne på landet er bedre uddannet end dem i byen
- Tilsvarende er der en tydelig tendens til, at iværksætterne på landet er mere modne og erfarne (alder, erhvervs erfaring og brancheerfaring) end dem i byen
- Iværksætterne på landet vil i mindre grad ansætte folk, samtidigt med at de klarer sig bedre end iværksætterne i byen
- Den lokale forankring synes stor på landet, målt på flere måder

Desværre skelnes i de fleste sammenhænge ikke mellem mænd og kvinder i denne undersøgelse, men der er umiddelbart ikke grund til at tro, at kvindelige iværksættere i Vejle områdets landdistrikter er anderledes end i andre egne af landet. Resultaterne peger under alle omstændigheder atter på, at dimensionen landdistrikt frem for by spiller en væsentlig rolle for iværksætteri.

Den kvalitative undersøgelse af de spirende erhverv

Denne undersøgelse (Tanvig, 2010) af spirende erhverv er foretaget i to udvalgte caseområder, Smidstrup/Skærup og Thyregod/Vester skoledistrikter. Den havde til formål at afdække, hvor megen og hvilken slags ny erhvervsaktivitet, der måtte findes i områderne.

Også her brugte vi CVR-registeret som indgangsnøgle til at identificere iværksætterne. Vi afgrænsede iværksættere til at være bestanden af registreringer i perioden 2005 til 2009. I forhold til Schøtt, op ref., fandt vi umiddelbart en endnu større andel af mandlige nye erhvervsaktiviteter end kvindelige, registreret i de pågældende områder i perioden. Kvindernes andel udgjorde f.eks. kun hhv. 17 og 23 % i de to områder. En forklaring kan være, at der var et større udlgningsbehov blandt registreringer vedr. mænds end kvinders erhverv, fordi flere mænds CVR registreringer reelt ikke omfattede nye erhverv. Efter frasortering samt videre procedure, endte det med, at vi i vores samlede interviewgruppe havde en kvinderepresentation svarende til den gennemsnitlige for kvinder som iværksættere, således 31 %¹⁴.

Metoden i øvrigt

Efter gennemgang af lister og øvrige indledende sonderinger fik vi mulighed for at gennemføre 35 kvalitative interviews med iværksættere hjemme hos dem

¹² Desværre er det ikke muligt at måle iværksættergraden, og således se omfanget i forhold til befolkningsgrundlaget

¹³ Ved sammenligning med Tanvig (2003) kan der med forsigtighed udledes en tendens til, at der findes færre kvindelige iværksættere i Vejle områdets landdistrikter end i landdistrikterne i det øvrige gl. Vejle Amt.

¹⁴ Vel vidende at der er forskel på, om det er i CVR-registeret eller i iværksætterstatistik.



Multibutik og mødested. Foto: Hanne Tanvig

selv. De var nogenlunde ligeligt fordelt på de to områder. De blev udtrukket fra ovenfor omtalte CVR-register, efter at lokale repræsentanter havde hjulpet til med at luge ud af bruttolisten. Efter tilfældighedens princip valgte vi hver 10. på den reducerede liste, og herimellem var der også nogle, som måtte vige, fordi de ikke var nye erhverv. At det lige blev antallet 35, skyldtes anvendelsen af den såkaldt eksplorative interviewmetode. Den indebærer, at inddragelsen af interviews stopper, når der ikke længere kommer ny viden frem.

Det var altså et tilfældigt valg, som ikke tilstræbte anden repræsentativitet, end at der mange nok til at kunne beskrive spirende erhverv i de to områder, og at vi i princippet kunne få alle typer iværksættere i tale. I bilag 1 bagest i rapporten er deres karakteristika listet op skematisk.

Fremgangsmåden gav mange overraskelser. Umiddelbart fik de lokale medhjælpere den overraskelse, at der var så mange spirende erhverv i deres lokalområder, som tilfældet var, og som de altså ikke kendte til. En betydelig del af de overraskende resultater i øvrigt kunne efterfølgende relateres til kvinderne som iværksættere.

Til brug for undersøgelsen havde vi forinden opstillet tre typer iværksættere¹⁵, som vi forventede at finde:

1. Den almindelige iværksætter
2. Vækstiværksætteren
3. Livsstilsværksætteren.

Den almindelige iværksætter er prototypen på en bærer af selvstændighedskulturen. Forskellen på vedkommende og vækstiværksætteren er ambitionen om

¹⁵ Jf. begrænsningerne i statistikkens definitioner, som indebærer, at vi selv må videreudvikle begreberne.

vækst, men ellers er de begge at forstå som – og forstår også sig selv som - ”the economic man”. Den sidste, livsstilsiværksætteren, afviger fra de to foregående ved, at erhvervsaktiviteten, stor som lille, fungerer som en integreret aktivitet i realiseringen af det gode liv. Det betyder, at hverdagslivet ikke er underordnet erhvervsaktiviteten betydningsmæssigt, hvor det er modsat for de foregående.

I undersøgelsen drøftede vi de tre typer med deltagerne og tilstræbte sammen med dem at finde frem til, hvem de især syntes, de var og gerne ville være. Det betyder f.eks., at en vækstiværksætter i denne undersøgelse ikke nødvendigvis på interviewtidspunktet er på størrelse med, hvordan en sådan måles i statistikken, men at vedkommende havde ambitioner om at blive sådan.

Resultaterne

Undersøgelsen afslørede, at de fleste var livsstilsiværksættere, at næstflest var almindelige iværksættere, og at kun ganske få kunne indplaceres som vækstiværksættere.

Ydermere viste det sig, at mange af de nye erhverv ikke var fuldtidserhverv og dårligt nok kunne beskrives som virksomheder. Nogle ville aldrig blive det efter planen, men fortsætte med at være et attraktivt supplement til anden indkomstkilde, efter ejernes udsagn. Andre ville efter planen blive til fuldtidserhverv og hovedindkomstkilde med tiden.

Især var det kvinderne i undersøgelsen, som betragtede sig selv som livsstilsiværksættere, mens den store gruppe af almindelige iværksættere alene var repræsenteret ved mænd. Det var også overvejende mænd, som anså sig selv som vækstiværksættere.

Disse sammenhænge bekræfter formodningerne om, at en sontring mellem mænd og kvinder som iværksættere vil afsløre grundlæggende forskelle på iværksætterkoncepter, og måske især i landdistrikterne. De bekræfter desuden, at det konventionelle analyseperspektiv udelukker en betydelig del af de nye erhvervsaktiviteter.

Tydelige forskelle på mænds og kvinders erhvervsområder kunne tilsvarende tegnes. Hvor kvindernes typisk handlede om kreative erhverv, behandlings- og terapiformer, kurser o.l., beskæftigede de fleste mænd sig med f.eks. håndværk og elektronik. Muligheden for at der var tale om hobby i de tilfælde, hvor aktiviteten var deltidsorienteret, indgik ikke eksplicit som en kategori. Men ingen valgte selv at omtale sit forehavende som en hobby. Snarere fortalte de om, at det var ideelt for dem at have omsat deres hobby til erhverv!

Et markant resultat i undersøgelsen var, at bopælen betød så meget for lokalisering af erhvervet, som tilfældet var. Omtrent alle, også de mandlige iværksættere, havde således valgt at etablere sig, hvor de havde pga. valget af bopæl – et valg som mange også havde haft tæt inde på livet for nylig, fordi de var tilflyttere inden for en kortere årrække. Argumenter for bopælens placering – både for tilflyttere og lokale – omfattede især naturen og det lokale miljø, således egenskaber der ofte bruges til at karakterisere landdistrikter.

Mange var også aktive i lokalsamfundenes gøremål, hvilket både havde betydning for dem privat og for deres erhvervsaktivitet.

For mange indebar valget af bopæl adgang til ledige bygnings- og biofysiske ressourcer, og det har virket motiverende for anvendelse til nye erhvervsformål. Det sidste har også været udslagsgivende for de få mænd, som kunne karakteriseres som livsstilsiværksættere i undersøgelsen.

Resultaterne bekræfter andre undersøgelsers iagttagelser om brug af rådgivning. For de fleste og især blandt kvinderne var normalsystemets rådgivning, viden og ordninger ikke relevant. Mange kendte dem slet ikke, og andre anså dem ikke for tilstrækkelige til deres formål. I stedet har de trukket på familie, venner og kolleger.

Ikke desto mindre vil mange gerne kendes bedre, især i betydningen anerkendes og synliggøres. Det blev klart kommunikeret, at man gerne ville blive mere synlig og indgå i omverdenens bevidsthed.

Undtagen for vækstiværksætternes vedkommende fandt vi mange eksempler på, at de nye erhvervsaktiviteter havde en sammenhæng med de lokale hverdagsrelationer, både på individ/familieniveau og på lokalsamfundsniveau. I materialet er der i det hele taget belæg for, at stedet (landdistriktsrummet) har en særlig betydning, og især til forklaring af de former for især kvinders iværksætteri, der ellers vil falde ved siden af eller ikke kan forstås.

Livsstilsiværksætteriet bærer altså på kendetegn, som relaterer den form tæt til de lokale omgivelser, især socialt set. Stedets betydning kan siges at være indirekte for selve forretningskonceptet. Vi så dog kun sammenhængen til stedet realiseret fuldt ud – som i ”the peripheral mode of entrepreneurship” - hvor stedets biofysiske ressourcer også bruges økonomisk set og således direkte i selve forretningskonceptet.



Terapilokale i dagligstuen og tæt på naturen. Foto: Hanne Tanvig

Resultaterne og modellen

Med udgangspunkt i modellen – samspil mellem *personen*, *virksomheden*, *omgivelserne* og *entreprenørprocessen* - kan vi vise nogle typiske mønstre for de fleste af kvinderne. De fleste af dem er såkaldte livsstilsiværksættere, og de bekræfter relevansen af perspektiv 2¹⁶. For at sammenligne og finde forskellene på kvindernes og de fleste af mændenes iværksætteri, som netop mere klart har logik som i perspektiv 1, sættes de to typiske mønstre op overfor hinanden.

Typiske sammenhænge:

Kvindelige iværksættere i undersøgelsen

- *Personen* – Moden, tilflyttet, uddannet kvinde, med familie og erhvervs erfaring typisk fra servicefag
- *Virksomheden* – Typisk ”self employment”, projektagtig og inden for bløde/søgende fagområder og ofte på deltidsbasis suppleret med lønindkomst, mange er usynlige. En del driver e-handel
- *Omgivelserne* – Valg af bopæl og sociale/praktiske forhold er dirigerende, er aktive i lokalsamfund men på fritidsbasis, er usynlige for omgivelserne
- *Entreprenørprocessen* – Har svage erhvervsrelationer, bruger ikke offentlig rådgivning, trækker på sociale relationer, udvikling sker i tilpasning med de nære omgivelser

Mandlige iværksættere i undersøgelsen

- *Personen* – Moden, ofte tilflyttet, faglært mand, med familie og erhvervs erfaring typisk fra branchen
- *Virksomheden* – Har ofte ansatte og er i vækst, virksomheden er typisk håndværk eller en almindeligt kendt branche
- *Omgivelserne* – Virksomhedens placering skyldes valg af bopæl, har visse lokale erhvervsrelationer, er aktive i lokalt fritidsliv, bruger ikke omgivelserne i selve erhvervskonceptet
- *Entreprenørprocessen* – Trækker på branche, kolleger og sociale relationer og kun begrænset på offentlig rådgivning, udvikling tænkes som ”det normale”

Afgørende forskelle mellem de to køn kommer særligt til udtryk i dimensionen ”omgivelserne” i den sociale betydning. Kvindernes iværksætteri er langt mere indlejret i deres sociale sfære, lokalt, på bopælen og i forhold til familielivet, end mændenes er. Det er så meget, at de derved kommer til at virke usynlige som erhvervsaktører.

Alligevel må det bemærkes, at også lokaliseringen af mændenes erhverv fortrinsvis skyldes valg af bopæl i landdistriktet, som begrundes med landdistriktets fordele f.eks. plads, natur etc. På den baggrund spiller landdistrikter, som en del af ”omgivelser”, en rolle for begge parter, og i begge perspektiver. Det

¹⁶ Men som tidligere beskrevet repræsenterer de alligevel ikke fuldt ud ”the peripheral mode of entrepreneurship”, fordi de kun sjældent drager tydelig fordel af stedet i form af det biofysiske element (landdistriktet) i deres erhverv.

må antages, at en erhvervslokalisering i et bysamfund i højere grad sker som følge af hensyn til virksomheden end af hensyn til bosætning. Den sammenhæng synes i det mindste at blive understreget i nærværende undersøgelse ved, at de relativt få vækstiværksættere har løsnet deres bånd til lokalsamfundene og er flyttet eller er på vej væk derfra.

Undersøgelsen af de kvindelige iværksættere i netværksprojektet KVILA

Resultaterne i den foran refererede undersøgelse gav blod på tanden til at følge op med et målrettet projekt tilegnet kvindelige iværksættere i landdistrikter i Vejle området. Projektet har særligt til formål at understøtte og undersøge kvinderne som iværksættere, først og fremmest gennem dannelsen af et netværk, ud fra den idé at de enkelte herved kunne blive styrket og en øget synliggørelse finde sted. Indledningsvis skal etableringen af netværket refereres, fordi den følgende analyse til dels støtter sig på deltagerobservation i dette netværks etablering, udvikling og aktiviteter.

Netværket

Netværket blev etableret fra bar bund i efteråret 2009. Gennem midler fra bl.a. LAG Vejle og Indenrigsministeriet blev der givet mulighed for at afholde et antal arrangementer i løbet af 2010 bl.a. med indbudte foredragsholdere til stimulering af kvindernes iværksætteri og indkredsning af deres behov for støttestrukturer. Bevillingen gav mulighed for at invitere interesserede med i en række arrangementer.

”Rekrutteringen” til netværket foregik ved at anvende snebold-metoden. Bevillingshaverne startede med at kontakte en håndfuld potentielt relevante



Nyt koncept. Foto: Hanne Tanvig

kvinder, som evt. kunne være interesseret i at medvirke, og anmodede dem om at kontakte deres kolleger, bekendte etc. Metoden indebar, at der på kort tid var flere end 20, som meldte sig til det første arrangement, og senere kom yderligere til, så der i skrivende stund har været 50 deltagere i det pågældende netværk, og det er fortsat åbent for nye deltagere. Enkelte af dem har ikke endnu etableret en virksomhed, men overvejer det, og enkelte af dem har ikke etableret deres virksomhed i et landdistrikt, men bor der. Hidtil har man alene skullet betale for mad og opholdsudgifter i forbindelse med de fire arrangementer, som er afviklet. Se dog nedenfor.

Efter det femte arrangement var det meningen, at der skulle tages stilling til netværkets fremtid. Men allerede efter det tredje arrangement blev det klart, at netværkets deltagere gerne ville fortsætte med at kunne mødes efter forsøgsperioden, samt at der skulle ske en formalisering af netværket, så det kunne stå stærkere udadtil f.eks. for at kunne tiltrække nye midler til drift og aktivitet. Derfor stiftedes en forening, som hedder KVILA, og som umiddelbart efter generalforsamlingen i juni 2010 trådte i arbejdstøjet for at tiltrække midler og aktiviteter til fremtiden efter udløb af forsøgsprojektet ved udgangen af 2010.

Det har været typisk for de første arrangementer, som også er dem deltagerobservationen for denne analyse beror på, at de er afstemt efter kvindernes umiddelbare ønsker om indhold, at de afvikles i deltagernes hjemlige erhvervsomgivelser, hvor der er plads, og at der er tid til gensidige præsentationer og erfaringsudvekslinger. Tydeligvis er der stor interesse for at lære af hinanden, og der dannes ad hoc grupper i forhold til særlige ekspertiser og behov. F.eks. er der etableret en mindre gruppe, hvor kvinderne kritisk gennemgår hinandens hjemmesider, og en hvor der ses nærmere på skriftlig kommunikation. Vekselvirkningen mellem input udefra og den indbyrdes udveksling har altså været kernen hidtil.

Blandt input udefra har f.eks. været metoder i og brug af netværk samt brug af internettet i markedsføring. I et arrangement var der fokus på en af kvindernes virksomheders økonomi, og i skrivende stund er det planlagt, at et kommende arrangement skal handle om deltagernes benchmarking opdelt på særlige temaer, et andet om match eller det modsatte mellem rådgivnings- og erhvervsfremmesystemet og kvindernes erfaringer/behov. Endelig er det aftalt, at indeværende analyse skal drøftes. Det hele skal efter planen for forsøgsprojektet munde ud i udarbejdelsen af en strategi til fremme af kvindelige iværksættere i landdistrikter i Vejle området. Strategien kan forhåbentlig også bruges af alle andre og andre steder, og af KVILA selv.

Metoden i øvrigt

Efter at have overværet netværkets første arrangementer og derved opnået et elementært kendskab til deltagerne, sendte vi til alle dem, som havde deltaget i mindst et af netværkets arrangementer, et delvist struktureret spørgeskema, som de kunne udfylde anonymt derhjemme.

Det kom til at omfatte 35 forsendelser, hvor det dog skulle vise sig, at et par af dem måtte være flyttet, idet postvæsenet returnerede kuverterne til dem. Et par af besvarelserne adskilte sig også så meget fra de øvrige, f.eks. ved at de akkurat lige var startet, og stort set ingen data havde, som de udtrykte, at vi måtte sortere dem fra. Nogle få undlod at svare. Tilbage havde vi 21 besvarelser, og

det er dem, som refereres til i det følgende. Af hensyn til anonymitet ved udfyldelse af spørgeskemaet er det ikke muligt at gengive deltagernes navne.

Skemaet med de sammentalte besvarelser er gengivet i bilag 2. I skemaet var der rig mulighed for skriftlige uddybninger, og de indkomne uddybninger gengives løbende. Når svarene i skemaundersøgelsen ikke virker overensstemmende med eller udfordrer den viden, vi ellers har fået fra andre undersøgelser, møderne i netværket eller den foregående undersøgelse, bemærkes det i analysen. Derudover bemærkes det, når der uoverensstemmelser med resultaterne fra den ovenstående undersøgelse og denne KVILA-undersøgelse.

Resultaterne er efterfølgende diskuteret med en kreds af de pågældende implicerede, hvilket har givet yderligere mulighed for at sikre analysen. På den baggrund vurderes det relativt lave deltagerantal ikke som et problem, og slet ikke fordi der ikke lægges op til en kvantitativ analyse. Til gengæld kan vi ikke være sikre på, at deltagerne er repræsentative for kvindelige iværksættere i landdistrikter i det hele taget, for deltagerne er jo dem, som fortrinsvis via personlige kontakter har valgt at være med i det pågældende netværk, og som måske vil noget andet og mere ad den vej.

Om de kvindelige iværksætteres erhverv

Der er ingen tvivl om, at deltagerne i undersøgelsen særligt iværksætter ”kvindeaktiviteter”, jf. tidligere refererede undersøgelser. Mange af dem har fokus på alternative behandlingsformer, kreative erhverv, særlige kurser, mad og salg af produkter især med appel til kvinder.

- Deltagerne oplyser, i vilkårlig rækkefølge:
- Psykoterapi
- Bogholderi/regnskabsassistance/økonomisk rådgivning
- Massage/akupunktur
- Massør/zoneterapeut
- Klinik med zoneterapi
- Akupunktur/kost/motionsvejledning m.v.
- Foredrag om sundhed/kost og motion/danseevent
- Kosmetolog/grossist indenfor kosmetikprodukter
- Maskinudvikling – medarbejdende hustru
- Kurser og workshops/maleri/glas/smykker
- Salg af økologisk tøj/biodynamisk cafe
- Akupunktur/tankefeltterapi
- Rådgiver om krop og sind
- Spisested/særlige arrangementer
- Salg af kosttilskud til kæledyr
- Salg af hundemad
- Sy/strik/free-lance butikshjælp
- Salg af specielle maskiner
- Undervisning/rådgivning/vejledning inden for klinisk sexologi
- Fastfoodforretning

- Smykkefremstilling/IT undervisning
- Blomsterforretning
- Freelancejournalistik/tekst-film/undervisning
- Akupunktur/zoneterapi

Det fremgår, at mange kombinerer flere funktioner i deres koncept, hvilket i øvrigt også gør dem svære hver især at placere under én klar og dækkende branchebetegnelse.

På nær én er alle startet efter år 2000, men ca. halvdelen har flere end fem år på bagen som erhvervsdrivende, og har altså betydelige erfaringer. For langt de fleste er det første gang, de har startet en virksomhed.

En del har ikke svaret på spørgsmålet om omsætning, men blandt dem som har, er der flere med en omsætning på over end under kr. 100.000, i året 2009.

Ca. halvdelen af dem driver virksomheden på deltidsbasis, og har lønnet arbejde ved siden af, mens resten altså driver virksomheden som fuldtidsaktivitet. Nogle få har ansatte i virksomheden, men de fleste har ikke.

Nogle har fortrinsvis lokale kunder, mens mange andres kunder ikke fortrinsvis er lokale. Nogle sælger via e-handel, men de fleste gør ikke. Til gengæld markedsfører mange sig via internettet.

De fleste forventer væsentlige ændringer i fremtiden, og for manges vedkommende er det forventninger om ekspansion økonomisk set eller set på anden vis. For andre handler det om forandringer i forretningskonceptet.

Med deres egne ord:

- Større omsætning
- Som alternativ behandler udvikler man sig hele tiden
- Gerne indenfor de næste 6 mdr. skal jeg leve udelukkende af min virksomhed
- Kundestrøm stigende/øget personale/større service- og kundebetjening
- Ændring fra smedje til tekniskarbejde
- Nye koncepter/udvidet kundedlientel/stor stigning i omsætning
- Frem over vil der blive seminarer/foredrag/musikarrangementer m.v.
- Øget omsætning/foredragsvirksomhed
- Nye produkter – på sigt hunde-dagpleje/wellness-center
- Ekspansion/omsætning øges til det dobbelte, 2 fuldtidsstillinger oprettes
- Nye/mere specifikke innovative produkter haves/sælges
- Koncentrerer mig udelukkende om indkøb/undervisning/rådgivning i firmaet
- Ved at bygge om/udvide/mere lagerplads/køkkenet/udendørs rum/terrasse
- Omsætning/overskud stiger/større kundegrundlag
- Øget omsætning/evt. nye produkter
- Øget omsætning til det dobbelte/flere kunder

Denne relativt ekspansive og forandringsorienterede tendens i gruppen kan ikke helt genkendes blandt kvinderne i den tidligere refererede undersøgelse. Her virkede kvinderne mere tilbageholdende i synet på deres udvikling. Forklaringen kan skyldes forskellige måder at interviewe på, men det kan også skyldes, at netop deltagerne i netværket har valgt at gå ind i dette for at udvikle sig. Endelig kan en forklaring hænge sammen med, at de som personer er anderledes på andre måder.

Om kvinderne selv og deres motiver for start og drift af nyt erhverv

Deltagerne er modne kvinder, og de er ældre end gennemsnittet af iværksætterkvinder er, jf. de større, nationale undersøgelser. De fleste er over 51 år, få er under 40 år gamle og resten ligger altså i kategorien imellem.

De fleste har familie og har eller har haft hjemmeboende børn.

De fleste har en boglig/videregående uddannelse og deres erhvervserfaring stammer i vid udstrækning fra privat og offentlig service, men i mange forskellige former og positioner. Enkelte afviger helt fra det billede.

At mange er ældre end kvindelige iværksættere i landet under et, kan ikke forklares her. Men deres modenhed spiller utvivlsomt ind på en række forhold omkring deres iværksætteri. F.eks. kan man forestille sig, at indtægtsbehovet er mindre, måske er udgiftsniveauet faldet f.eks. efter, at børn er flyttet hjemmefra, måske har de mere på kistebunden, og derfor lidt friere muligheder.

De er f.eks. tidligere:

- Ansat i offentlig administration
- Revisor
- Butiksuddannet/ sportsbutik
- Pædagog
- Højskolelærer
- Kosmetolog
- Edb-konsulent
- Sekretær/ administrator/ underviser/ansat i kontorjobs
- Ansat i landbruget
- Sygeplejerske
- Ansat inden for virksomhedsdrift
- Ledende medarbejder i stor koncern/medhjælpende hustru
- Ansat i lederjob i medicinalvirksomhed
- Ansat på kontor på fuld tid
- Pædagogmedhjælper
- Ansat med lønnet arbejde
- Ansat med lønnet arbejde indenfor lignende aktivitet
- Hjemmegående/erhvervsdrivende
- Ansat i IT branchen
- Lønmodtager kontor/ blomster

- Journalist
- Salgsassistent

Motiverne for at etablere erhvervsaktiviteten er typisk ”at være sig egen” og ”selv at kunne bestemme”. Mange giver imidlertid også udtryk for ønsket om at kunne ”bruge deres evner” og ”kombinere arbejdstid/fritid” på andre måder.

Det formuleres som f.eks.:

- Lysten til at lave det, jeg brænder for
- Mulighed for at bestemme arbejdstid/fritid
- Flere udfordringer/højere selvstændighed i arbejdet/mulighed for at arbejde hjemmefra
- Flexibilitet
- Var brændt ud/ har altid ønsket at arbejde som ..
- Efter opsigelse fra fast fuldtidsstilling/lyst til noget andet
- Blev så glad for .. byggede klinik hjemme
- Brugte samme tid som ansat til i dag som selvstændig/ lidt sjovere
- Udfordring/medbestemmelse
- Mulighed for øget ansvarlighed/fleksibilitet/udfordring/være egen chef
- Fordi jeg brænder for at gøre en forskel i forhold til...
- Brænder for den ”alternative” behandling/frihed til selv at bestemme
- Altid været en drøm/at være herre i eget hus
- Interesse for produkterne/brug af min viden
- Ønske om at være sin egen
- For at være mere selvbestemmende
- For at tjene flere penge
- Blev gennem årene som ansat mere og mere frustreret over, at mine evner ikke blev udnyttet
- Ville selv bestemme arbejdstider/skulle være tæt på hjemmet/kan godt li at ”ha’ mit eget”
- Lyst til at være kreativ på min måde/i min tid
- Kunne godt tænke mig at være min egen herre
- Lyst til at drive egen virksomhed/bestemme selv
- Arbejde med noget jeg brænder for/have ansvar/bestemme

Om lokaliseringen af aktiviteten, socialt og fysisk

Langt de fleste har etableret virksomheden på bopælsadressen, og det skinner tydeligt igennem i en række sammenhænge, at den mulighed indirekte har haft betydning for etablering og drift af erhvervsaktiviteten, om end de ikke selv oplyste det som et direkte motiv.

Det er praktiske og sociale relationer i forhold til privatlivet, så som at ”det er nemmere”, ”der er nærhed og fleksibilitet i dagligdagen” samt ”økonomien”, der fremhæves. Kun enkelte nævner relationer til marked og andre mere klassiske lokaliseringsfaktorer som baggrund for valg af ”domicil”:



På gården er der flere erhvervsaktiviteter. Foto: Hanne Tanvig

De skriver f.eks.:

- Passe ind i mit private liv/de ønsker jeg har til livskvalitet
- Af praktiske årsager/kontor på hjemmadressen er billigste løsning
- Vi er flyttet på landet med ledig plads/mindre udgifter
- Det er praktisk/billigt at have klinikken derhjemme
- Dejligt at have klinik hjemme og så tage ud og undervise og holde foredrag m.v.
- Stort opland, ingen konkurrence
- Pga. mindre børn
- Nemhed, nærhed, økonomi
- Fordi Vejle-området er på forkant med...
- Det er praktisk at kunne gå til og fra, som der er klienter til/dog er klinikken hel adskilt fra bolig
- Pga. bygningen der var bestemt til formålet
- Fordi jeg bor her/ økonomi til lokaler/ lettere at kunne "være der"
- Det er nemmere for mig
- Fordi det kunne lade sig gøre
- Prisen var billig/ikke på en øde/forladt ejendom, transportløsninger i nærheden
- Det var en oplagt mulighed for at etablere et spisested "lige her"/ikke interesseret i at bruge meget transporttid/er lokal og "kendt" i forvejen
- Bolig her
- Større flexibilitet
- Tæt på de største kunder
- Startede med klinikken i lejede lokaler/syntes der var flere fordele ved at have klinikken hjemme

Hovedparten af deltagerne har boet i nærområdet i flere end 10 år. Det er en tendens, som ikke stemmer overens med resultaterne fra den tidligere undersøgelse. Heri var der relativt set flere tilflyttere inden for de seneste år end folk, der havde boet i området i mange år. Der kan tænkes en sammenhæng her, som har med kvindernes alder at gøre, altså at de generelt er lidt ældre end de mange, som ellers flytter pga. karrierer og plads til børn. Hermed fremgår så også, at deltagerne i netværket ikke fuldt ud repræsenterer kvindelige iværksættere, i det mindste som de blev fundet i de to caseområder i tidligere undersøgelse.

Bopælens betydning som omdrejningspunkt for etablering og lokalisering af virksomheden bestyrkes under alle omstændigheder. Det kommer også til udtryk, når kun én udtrykker, at hun vil flytte virksomheden væk fra bopælen, om muligt. Langt de fleste forventer, at virksomheden ikke bare vil fortsætte med at eksistere, men også fortsat på adressen. Enkelte meddeler, at de flytter fra bopælen og derfor også virksomheden.

Som en slags kontrolspørgsmål spurgte vi til betydningen for lokaliseringen af erhvervsaktiviteten af følgende faktorer:

- "God plads"
- "Billig husleje"
- "Naturen"
- "Lokalt fællesskab"
- "Bopæl/familien i nærheden."

Stort set svarer de alle i overensstemmelse med tidligere svar. "Billig husleje" og "Bopæl/familien i nærheden" rangerer højest. Men her tildeles "Naturen" også en stor rolle. "God plads" og "Lokalt fællesskab" markeres ikke som værende helt så betydningsfulde som de øvrige kategorier.

Når naturen ikke nævnes og indgår som et moment i deres svar i andre sammenhænge, kan det i øvrigt både skyldes, at naturen nærmere har betydning for deres bosætning, som jo er foretaget for længst – den er derved blevet en selvfølge for de fleste - og at den kun i mindre grad har direkte relation til deres virksomhed. Det indtryk får man ved sammenligning med den tidligere undersøgelse, hvor naturen netop blev udpeget som særligt betydningsfuldt for de manges relativt nylige valg af bosætning.

Endelig har vi spurgt til, om det gør en forskel, at lokaliseringen er i et landdistrikt. Det finder et lille flertal. Flere nævner selv eksempler på den betydning, hvor det bliver forholdsvis tydeligt, at stedet og det nære samfund spiller en som regel positiv rolle for især tiltrækning af kunderne.

De skriver:

- Ikke andre kendte terapeuter her, da jeg startede
- Det giver mere fornuft at engagere sig i lokalarbejde og nærmiljø for mig/ jeg ville ikke blive lagt så meget mærke til, rent erhvervsmæssigt, i byen
- Jeg har mange klienter fra lokalområdet/er et forholdsvis kendt ansigt

- Jeg træffer som udgangspunkt et kendt ansigt i byen bl.a. via mit for-
eningsarbejde/det har været et stort plus i opstarten
- Det gør oplevelsen (kurset) anderledes/stemning/ro/smukke omgivelser/
til gengæld må kursister acceptere kørslen
- Her er mere nærmiljø, hvilket er en fordel for cafeen, men ikke for butik-
ken
- Der skal gøres lidt mere for at tiltrække klienter, da der er mange inden
for mit fag i byerne
- Når jeg køber råvarer ind, koster det det samme, som hvis jeg købte ind i
Vejle, men jeg er nødt til at have noget lavere udsalgspriser
- Det er en ulempe at være på landet – kunderne er i byen
- Med mit erhverv og med min virksomhedsprofil er landet nok det værst
tænkelige sted at slå sig ned, men billigst
- Billig og pengene små!
- Ikke så mange direkte konkurrenter
- Billigere husleje
- Tilgængeligheden, men det er bevidst

Om kvindernes relationer i iværksætterprocessen og til omverdenen

På et spørgsmål om de kvindelige iværksætterne har betydningsfuldt samarbej-
de med andre erhvervsdrivende, svarer lidt flere ”nej” end ”ja”.

Umiddelbart forekommer denne melding tankevækkende ud fra normalsyste-
mets optik, altså at så mange af kvindernes erhvervsaktiviteter tilsyneladende
drives isoleret eller uafhængigt af andre erhverv. Det kan ikke afvises, at selve
spørgsmålet ikke er præcist nok – skulle underleverandører f.eks. tælles med?
Dette påvirker selvfølgelig svarene. Enkelte i undersøgelsen har efterfølgende
meddelt, at de ikke havde forstået spørgsmålet. Men svarene harmonerer ikke
desto mindre godt med generelle undersøgelser om, at kvinder har ret svage
erhvervsnetværk og også til resultaterne fra den foregående undersøgelse. Heri
gjorde flere kvinder netop opmærksom på en ensomhed og en usynlighed bl.a.
som følge heraf. En forklaring kan have med deres koncepter at gøre, altså at
de ikke har et behov for mere direkte erhvervssamarbejde. I den tidligere un-
dersøgelse var det især de almindelige iværksættere, mænd, som havde et sam-
arbejde med andre virksomheder, typisk af samme slags, og ind imellem lokale.
Men det kan også være egentlige mangler, som deltagerne her selv oplever, og
som måske netop har ført dem ind i KVILA netværket.

Blandt dem, som har samarbejde med andre virksomheder, er der ikke noget
entydigt mønster i, hvor samarbejdspartnerne er lokaliseret, f.eks. om de er lo-
kale eller ej.

Vi spurgte også til deres brug af rådgivning. Her viste det sig, at det ikke er helt
almindelig praksis at bruge erhvervsrådgivning. Lidt over halvdelen har ikke
brugt erhvervsrådgivning. I stedet har de fleste brugt at trække på kolleger og
venner. Spørgsmålet er fulgt op med, om de oplever behov for viden/rådgiv-
ning, som ikke er dækket.

Det har en del et bud på:

- Ved ikke hvem der kan bidrage/savner sparring til at kaste ideer op
- Netværket, som vi er i (KVILA, red.), kunne måske bidrage med en totalrådgivning, som ikke kun handler om praktiske gøremål ved opstart
- Har været til et enkelt erhvervs-/iværksættermøde, men har mere brug for specifik hjælp inden for alternativ behandling
- Rådgivning om pressemeddelelser/presseomtale/PRgenerelt/regnskab/skat/store og små ting/hjemmeside/tryk af materialer til klinik
- Den lokale erhvervsrådgivning har alene haft opmærksomhed på IT
- Rådgivning om virksomheden når den kører
- Hvor svært det er at omsætte teori til praksis/hvor opslidende det er at stå alene med en mikrovirksomhed, der har opgaver nok til at hyre tre personer, men dårligt nok økonomi til at lønne en enkelt
- Kunne godt ha' brugt meget mere viden og "fif" fra leverandør/samarbejdspartner, men har nu selv lavet manual, som bruges til at hjælpe andre i gang (i samme branche)
- Salgsmuligheder og -kanaler - manglende svar fra den lokale erhvervsudvikling
- Hjemmeside/computeren/nettet

Når vi spørger til eksistensen af netværk af betydning for deres virksomhed, får vi et anderledes indtryk, end når der som før blev spurgt til omfanget af erhvervssamarbejde. Et stort flertal anfører således, at de har netværk af betydning. Her gives forskellige kommentarer, men det skinner igennem, at deltagelsen i KVILA-netværket påvirker deres svar, hvilket så også peger på et behov for netværk af den karakter. Igen er det et tegn på, at deltagerne deltager i netværket for at øge deres erhvervsaktivitet¹⁷.

¹⁷ Til sammenligning kunne et formål alene være at få flere bekendte.



Det lille hus rummer et nyt erhverv. Foto: Hanne Tanvig

Mange har uddybet netværksspørgsmålet:

- Project Wellcome – udvikling af virksomhed og flere klienter/Hjerteblod og Bundlinie/Vision 4 Women (alle er kurser, red.)
- Netværk for selvstændige kvinder
- For at få flere kontakter evt. til virksomheder/sparring med andre
- Godt at snakke med ligestillede og få inspiration/er med i et fantastisk netværk (ovennævnte kurser, red.)
- Massør/freelance
- Henvisninger til kundeemner/gratis PR/ netværk/kontakt til mulige leverandører
- For hele tiden at udvikle mig inden for mit fag/for ikke at blive for isoleret
- Kontakt med fagfolk for udveksling af erfaringer med lignende produkter
- Kvindelige iværksættere i landdistrikter (KVILA, red.) /er dejligt ikke at være alene/kunne dele erfaringer
- Dette (KVILA, red.)
- KVILA/en nyoprettet lokal erhvervsforening/fagrelaterede netværk/foreninger
- Privat netværk/sparring generelt/ KVILA, LAG Vejle/KVILA, PWV netværk
- Man lærer af andre/input og sparring, KVILA/2 journalistnetværk
- Kollegatræf/faglige dage med PA-FDZ/mest faglige karakter

Kvinderne blev desuden spurgt om deres deltagelse i lokale arrangementer i nærområdet. Et flertal svarer, at de deltager i sådanne, men nogle svarer dog også ”nej”. Blandt de, som deltager, giver enkelte nogle uddybende svar på, hvad det er for arrangementer og deres udbytte heraf. Det er bl.a. de ovenstående. Flere peger desuden på deltagelse i lokale gøremål som sport, markeder o.l., og nævner et særligt sigte på at tiltrække lokale kunder derigennem.

Et åbent spørgsmål blev stillet til, om kvinderne havde forslag til indsats fra offentlig side, som kunne støtte dem. Det gav en række forskellige bud. Flere af dem handler om at konsolidere kvinderne personligt og fagligt og flere af dem om forhold til kunder, f.eks. gennem netværk og mødesteder:

- Jeg mener, det er en personlig indsats, som ikke kan gøres offentlig
- Mulighed for at have et netværk
- De vil gerne have unge kvinder som iværksættere, men det kan være svært, når de ikke yder ekstra hjælp ved barsel
- At iværksætterydelsen blev genindført
- Hjælp til søgning af ex udviklingsmidler/rådgivning ang. skatteforhold som selvstændig m.v./har aldrig tænkt det offentlige ind, har bare knoklet på selv
- Miljøkontrol i Kbh.
- Støtte til netværk/tage initiativ til arrangementer/fora (også på messer) hvor man kan profilere sig (PR)

- At der blev kørt oplysningskampagner om økologi, så at forbrugere ved mere om sammenhænge
- Anerkendelse af mit fag
- Mindre moms på råvarer til restaurant
- Fælles mødested (hus) for iværksættere/fælles postservice
- Ikke at samle al handel i byerne
- Tilskud til at etablere netværk
- At øge fokus på samarbejde mellem det offentlige og private/selvstændige/at benytte specialister inden for specifikke fagområder og ikke kun fokusere på at bruge allerede ansatte i egne rækker/det offentlige skal turde tænke innovativt og SAM-ARBEJDENDE
- Muligheden for SALG – evt. på torvedag/julemarked
- Hjælp til at etablere mindre netværk der henvender sig til kvinder/eller evt. særlige faggrupper
- At jeg kunne være end del af sundhedshuset og være på lige fod med fysioterapeuter

Om iværksætterkvindernes syn på sig selv som iværksættere

Langt de fleste ville gøre det hele om, hvis det var et scenarie. Få uddyber dog, at de nok ville lave noget om eller gøre det anderledes. I de få svar peges på en større grad af forberedelse, hvor en enkelt konkluderer, at hun i givet fald ikke ville have lokaliseret sig, hvor hun har.

For at tage hul på diskussionen om, hvorvidt kvinder ofte repræsenterer og iscenesætter et andet virksomhedsbillede end mænd, har deltagerne skullet svare på et spørgsmål om, hvorvidt de ser forskelle på det at være iværksætter, når man er en kvinde frem for en mand. Her svarer et lille flertal ”nej”.

Nogle af dem, som finder forskel, udtrykker:

- Kvinder har ikke helt det samme behov for at ”holde kortene tæt til kroppen”, som jeg har oplevet mange mænd har
- Føler at jeg som kvinde har frihed til at betræde nye stier, men bliver også mødt med skepsis fra mænd i min omgangskreds
- Jeg har mange andre gøremål og interesser end mit arbejde/jeg er ikke ”forsørgeren”
- Mere påpasselig med økonomien/ta’r ikke så store chancer/kræver mere af mig selv
- Som mandlig iværksætter tror jeg ikke, at lokalbefolkningen i samme omfang havde været bange for mig/jeg var blevet taget mere alvorligt fra starten!
- Bruger flere bløde værdier i mit firma/nogle ting tager måske længere, men vi skal også ka’ li’ at gå på arbejde
- Kvinder har behov for en anden indgang til iværksætterlivet end den, der traditionelt tilbydes fx via erhvervskontorer

Vi spurgte desuden om deres ”idealer”. Der var mulighed for at vælge mellem følgende muligheder:

- ”At deres virksomhed skulle blive stor og kendt og gerne måtte optage dem det meste af tiden” (= vækstiværksættere),
- ”At den skulle klare sig og komme på lige fod med andre virksomheder, at den gerne måtte optage dem, men at der også skulle være behov for at leve i fritiden” (= de almindelige selvstændige)
- ”At den skulle fungere som en integreret aktivitet i deres liv i øvrigt - både hvis den økonomisk klarede sig eller ej” (= livsstilsiværksættere).

Ingen i denne undersøgelse ser sig selv som vækstiværksættere. Mange ser gerne, at deres virksomheder bliver som de andres, mens færre ser dem som integrerede aktiviteter i hverdagslivet.

I forhold til den tidligere undersøgelse er der umiddelbart en afvigelse her – såfremt ”de andres” er det almindelige billede af en virksomhed. I den foregående var der ingen af kvinderne, som gav udtryk for, at deres erhvervsaktivitet gerne skal blive ”almindelig virksomhed”, men at de netop så sig som integrerede hverdagsmagere. Som i en tidligere kommentar kan der her gives forskellige typer fortolkninger, herunder at der er forskel på spørgemetoderne. Der kan også være forskel på, hvad man gerne vil, og hvad der rent faktisk gøres eller realiseres. Når man ser på de aktiviteter, de pågældende kvinder har søsat erhvervmæssigt, er det næppe sandsynligt, at mange af dem vil blive almindelige i den forstand, at de f.eks. bliver en klar, almindelig virksomhed og f.eks. også branchemæssigt entydig. Mange skriver netop, at de vil være anderledes.

Deres råd til andre kvinder, som måtte overveje at blive iværksættere, er flersidige, og siger ligeledes noget om personlige erfaringer og præferencer. Her kredser mange om de personlige relationer og nævner betydningen af netværk.

Nogle tager faktorer frem af anden og mere direkte virksomhedskarakter:

- Gejst, interesse, gåpåmod og viden om bogføring, moms, skat, markedsføring osv.
- Dem kan jeg omkring 100 af/men – tro på dig selv og gå i gang/husk at opsøge rådgivning på alle fronter – det betaler sig altid, hvis man husker at lytte
- Ha’ rene linjer med evt. mand/børn/ting ta’r tid
- Få undersøgt om der er andre kvinder i området, som også gerne vil i gang med noget
- Husk forretningsplan
- Dyrke netværk/fokuser på gratis PR og ikke store annoncekampagner/selvom kunderne kommer langvejs fra, så husk nærområdet
- At det kan være godt med et netværk
- Der skal være et økonomisk fundament at starte på, da opstart kræver tålmodighed
- Hvis det er din drøm, så gør det
- Start hvis du har lyst
- Man får ikke noget ud af ikke at prøve
- At de skal overveje, om de er stærke nok til ensomheden ved ikke at tilhøre et arbejdsnetværk som ansat/at de skal overveje om familie og venner



En af Danmarks specialbutikker findes på landet. Foto: Hanne Tanvig

stadig bakker op omkring det i modgang og ikke bare i medgang

- At finde ud af "HVAD" det er, der er det vigtigste for dem, for at starte selv
- Du skal overveje, om din energi rækker
- Netværk, netværk, netværk

Resultaterne af KVILA-undersøgelsen og modellen

Undersøgelsen blandt deltagerne i KVILA netværket viser, at de deltagende kvinders iværksætteri næppe ville bestå succesprøven, hvis målestokken var den, som kan måle "rigtige" virksomheder og deres udvikling, jf. perspektiv 1. Selvom der er forskel på dem, er det kendetegnende, at de er små, bløde, søgende og på andre måder svære at beskrive ud fra et konventionelt virksomhedsideal. I det mindste på det stadium, de befinder sig i forbindelse med undersøgelsen, for nogle er jo på vej eller vil gerne komme et andet sted hen, i overført betydning.

Der er store lighedstegn med de kvindelige iværksættere i denne undersøgelse i forhold til den tidligere refererede undersøgelse: deltagerne ligner stort set alle sammen "livsstilsiværksættere" ved første øjekast. Det er altså atter perspektiv 2, der giver mest mening, når vi skal forstå de deltagende kvindelige iværksættere og deres gøremål i regi af denne delundersøgelse. Men der er også nogle strukturelle forskelle, som må ofres opmærksomhed, og som kan have betydning for svar på nogle af spørgsmålene og fortolkningen heraf.

Især tænkes på det forhold, at de fleste deltagere i den tidligere refererede undersøgelse var flyttet til for nyligt, mens næsten alle i denne delundersøgelse har boet i lokalsamfundet i mange år. Det skal kædes sammen med, at deltagerne i undersøgelse to også er relativt ældre, end iværksætterkvinder generelt set er. Vi har ikke en klar aldersfordeling i den første undersøgelse, men indtrykket er, at de deltagende dog også her var lidt yngre.

Den sammenhæng, at de har boet i området i mange år, at de er særligt modne kvinder, som har uddannelse og børn etc. på længere afstand og ikke for nylig har skullet tage stilling til valg af landdistriktet i forbindelse med valg af bosætning, må uvægerligt spille ind på deres iværksætter og forbindelsen til det sted, det udspinder sig.

Det må også formodes, at en baggrund fra en uddannelse erhvervet for år tilbage kan præge dem, hvor en nyuddannet måske har andre øjne for erhvervskoncepter eller markedsmuligheder, inspireret fra studiemiljøet, og hvad der foregik der også erhvervsmæssigt. Ligesom det må formodes, at flere år på arbejdsmarkedet f.eks. kan smitte af på en måde, hvor "træthed" bringer en på afstand fra det vante til den nye aktivitet. Desuden kan det tænkes, at de økonomiske forpligtelser i husstanden ikke er så store som i yngre familier, hvorfor frihedsgraden måske er større. Mange års tilstedeværelse i nærområdet kan bevirke, at man er mere lokalt bekendt og lægger mere vægt på de lokale kunder. Endelig kan det betyde noget, at landdistriktsbeliggenheden og adgang til naturen m.v. er blevet en selvfølge og ikke ofres så stor opmærksomhed i selve erhvervskonceptet.

En typisk deltager i KVILA-undersøgelsen kan beskrives som nedenfor:

Personen – En moden kvinde, lokal, uddannet i og erhvervserfaring fra servicesektoren

Virksomheden – Er sig selv, opererer ofte relativt alene. Ofte på deltid (nogle kombineret med lønindkomst) og lav indkomst. Typiske kvindeområder som f.eks. alternativ behandling. Kunder ofte i nærområdet. E-handel er ikke udbredt

Omgivelserne – Beliggende på bopælen, især af praktiske og økonomiske årsager. Deltager i lokale aktiviteter

Entrepreneurprocessen – Trækker ikke på offentlig rådgivning, men i nogen grad på sociale relationer. Finder netværksopbygning vigtig. Samarbejdsrelationer findes indenfor en relativt kort radius. Vil gerne udvikle sig "på lige fod med andre virksomheder", mens nogle dog ser det som en integreret iværksætteraktivitet i hverdagslivet. Mange forventer vækst (i form af omsætning og beskæftigelse)

På flere måder indikerer resultaterne særligt i KVILA-undersøgelsen et dilemma for mange af kvinderne:

På den ene side kan de bedst forstås med perspektiv 2's optik, idet deres iværksætter vanskeligt kan måles som egentlige virksomheder, men ikke desto mindre har stor betydning i kvindernes "gode liv" og deres selvforståelse. De fleste fungerer som stærkt integrerede i bosætning og hverdagsliv. De ønsker stort set alle at blive til mere, men det de nævner, og den anvendte retorik indikerer, at manges kursretning enten ikke er afklaret, eller at den er splittet mellem perspektiv 1 og 2.

Dette maner til opmærksomhed, for det er ikke uden videre muligt at integrere de to perspektiver, og næppe heller muligt uden store forandringer for de enkelte at skifte kurs. Det maner tilsvarende til opmærksomhed, at de fleste kun drager fordel af beliggenheden i form af billig husleje og praktiske årsager i øvrigt, og ikke som det også kunne handle om - at inddrage den aktivt

i erhvervskonceptet – som i ”the peripheral mode of entrepreneurship” - med f.eks. benyttelse af natur, råvarer og kultur som et led i skabelsen af ny økonomi på stedet.

Analyse og konklusioner

I de indledende afsnit blev vi præsenteret for to perspektiver for analyser af kvindelige iværksættere:

1. Et perspektiv, der opstår ud fra en implicit norm om ”den rigtige virksomhed”, som kan isoleres og analyseres uafhængigt. Det perspektiv har en række kendetegn, der implicit favoriserer mændenes adfærd som iværksættere. Afvigelser fra normen bliver ofte gjort til svagheder og da kvindelige iværksættere på flere punkter udmærker sig ved at agere og drive erhverv anderledes end normen, bliver de derfor generelt set som svage
2. Et andet perspektiv, der respekterer, at kvinder ofte har en integreret og socialt bestemt tilgang i forhold til f.eks. familieliv, og at en analyse derfor skal være mere holistisk for at forstå og måle værdien af deres indsats og den pågældende ”erhvervsaktivitet”

I litteraturen ses der normalt ikke på betydningen af stedet, eller på den fysiske rammes betydning for iværksætteri, altså om det f.eks. kan gøre en forskel, og på hvilken måde den kommer til udtryk, når stedet er landdistrikt frem for by. Når der tages geografiske hensyn, sker det som oftest mere overordnet regionalt set og primært kvantitativt ud fra en ide om sammenhæng mellem økonomiske vækstcentre og omfanget af iværksættere.

Undersøgelser og statistik lægger imidlertid op til nuancering og differentiering mellem forskellige steder og med et kønsperspektiv. Der antydes f.eks. en sammenhæng mellem typer af region og kønnes mønstre i henseende til iværksætteri, som ikke alene er begrundet med grader af vækst i området, men også har med kønnes forskellige iværksætteradfærd i forhold til de stedlige kendetegn at gøre. F.eks. er kvinderne mindre tilbøjelige til at følge formelen, som siger, at jo mere generel vækst i et område, jo flere iværksættere er der også.

Tværtimod er der eksempler på, at kvinderne netop ikke agerer sådan. Ved nærmere betragtning viser det sig ved, at kvinders iværksætteri er målt til at være særligt omfattende i visse tyndt befolkede områder, f.eks. på nogle af de danske øer, og i det vestlige Danmarks landdistrikter. Også dette kunne man opfatte som et svaghedstegn, f.eks. ved at se det som en bitter nødvendighed - en push-effekt - hvor kvinders iværksætteri i ikke-vækstområder f.eks. sker for at kunne fortsætte med at bo eller ”overleve” på stedet f.eks. af familiære årsager. Det kunne også betragtes som en særlig styrke, således at kvindernes iværksætteri og kendetegn snarere har at gøre med en dynamisk brug af stedet, f.eks. som et integreret led i deres iværksætterkoncept, jf. teorien om ”the peripheral mode of entrepreneurship”. I så fald er der snarere tale om en pull-effekt. Flere af de kendetegn, som litteraturen indkredser i forbindelse med det holistiske perspektiv 2, synes mest at lægge sig op ad den fortolkning.

Vi har tidligere introduceret en analysemodel for en holistisk tilgang, hvori beslutningen om og resultatet af iværksætteriet sker som et resultat af samspil mellem fire relationer: omgivelserne, personkarakteristika, virksomhedstype og

entrepreneurproces. Ved at tilføje modellen en særlig opmærksomhed over for omgivelserne i forståelsen stedet, landdistrikt, og dets særlige faktorer, og radius for interaktion i øvrigt, jf. "glokalitetsbegrebet", har vi delvist brugt den model i analysen af resultaterne i de to delundersøgelser. I det følgende skal essensen herfra uddrages mhp. en afsluttende analyse og de konklusioner, der kan drages.

Generelle træk

De to mindre undersøgelser omfatter ikke som udgangspunkt et metodisk valgt repræsentativt udsnit af kvindelige iværksættere i landdistrikter. I den ene må de dog siges i antal at være repræsentative for de valgte caseområder. I den anden er det kvinder, som har valgt at deltage i det nyoprettede netværk for kvindelige iværksættere i landdistrikter i Vejle området, KVILA.

Når vi sammenligner de to deltagerkredse, får vi et generelt indtryk af, at de på flere måder er relativt ens, hvilket kunne tale for en høj grad af repræsentativitet. De bærer langt hen ad vejen på de typiske karakteristika for kvindelige iværksættere, som større nationale undersøgelser viser, jf. tidligere. De er f.eks. typisk små, mange dårligt nok målbare som "en virksomhed", og de arbejder inden for "bløde" fagområder. Men i de to undersøgelser virker det tilmed, som om erhvervsaktiviteterne er endnu "mindre" og endnu mere "bløde" end landsgennemsnittet¹⁸.

Personerne – de kvindelige iværksættere

I undersøgelserne er der særligt tale om deltagelse af modne kvinder med en betydelig erhvervserfaring, især inden for forskellige typer services, og med en boglig uddannelse. De har som regel familie omkring sig. Det er kendt, at kvindelige iværksættere generelt set bærer de kendetegn, og f.eks. er lidt ældre end mandlige iværksættere samtidigt med, at de oftere har en familie. Specielt i den ene af vore undersøgelser viser det sig, at deltagerne generelt set er ældre, end kvindelige iværksættere ellers er.

I de to undersøgelser viser der sig en betydningsfuld forskel på deres relationer til stedet. I den første er de fleste tilflyttere inden for en årrække og i den anden har de fleste boet på stedet i flere end 10 år. Disse forskelle, alderen og tidsperspektivet på stedet, kan hænge sammen og vise noget om potentielle generatonsforskelle og må formodes at være relevant for fortolkning af resultaterne i øvrigt.

Kvindernes erhvervstyper

I begge undersøgelser demonstreres med tydelighed, at kvindernes erhvervsprojekter er små, når de analyseres isoleret. Specielt i den første undersøgelse vises, at mange desuden kombinerer den nye erhvervsaktivitet med lønnet indkomst, i det mindste i en periode til den nye aktivitet er mere selv bærende. Der er i vid udstrækning tale om "self-employment" og ikke "rigtige virksomheder" ved første øjekast.

¹⁸ Vi har ikke her mulighed for at sammenligne undersøgelsesresultaterne med studier af kvindelige iværksættere i en bymæssig kontekst. Men det forekommer at være yderst relevant.

Deres arbejdsområder befinder sig i udtalt grad inden for såkaldte kvindefag eller -områder, f.eks. inden for terapier og kreative områder. Disse karakteristika er oplagt forbundet med lokalisering af aktiviteten, se senere.

Omgivelsernes og stedets betydning

Stort set alle har netop bopælen som adresse for deres erhvervsaktivitet og samlokaliseringen har i vid udstrækning at gøre med, at det er ”praktisk” i deres hverdagsliv, at der er plads, og at det er billigt. Især i den første undersøgelse blev det desuden tilkendegivet, at der var ledige fysiske ressourcer, og at de i sig selv virkede ind på beslutningen om opstart af erhvervsaktiviteten. Det, at erhvervsaktiviteten oftest er integreret i boligen, hænger givetvis sammen med typen af erhvervsaktivitet og dens volumen. Det er ikke tunge og belastende aktiviteter.

Manges kunder kommer både fra nær og fjern, og i de tilfælde hvor der er tale om mange kunder, er det også typisk, at aktiviteten foregår i selvstændige lokaler i huset. Ellers er det almindeligt, at megen aktivitet foregår i dagligstuen.

Flere peger på betydningen af at være et kendt ansigt i lokalsamfundet for tiltrækning af kunder, men det er ligeså udbredt f.eks. at markedsføre sig på internettet. Forskellen på, om man er tilflytter eller ej (inden for 10 år), kommer navnlig til udtryk ved, at tilflytterne er mere tilbøjelige til at pege på naturen som betydningsfuld for deres aktivitet. Der er også tegn på, at de i højere grad bruger naturen i sammenhæng med beliggenhed i deres erhvervskoncept. Dog er det først og fremmest valget af bosætning, der er styret af naturdimensionen, og det valg har deltagerne i anden undersøgelse netop ikke haft inde på livet i mange år. Derfor er den dimension måske ikke så tydelig, mere underforstået og ikke så oplagt for dem i deres nye erhverv.

Beliggenheden i landdistriktet udgør ikke et udtalt problem for de fleste af de pågældende iværksættere. Det ville ellers nemt kunne konkluderes ud fra vante forestillinger om lokalisering af erhvervsaktivitet. Kun ganske få har planer om omlokalisering, men pga. bopælsskift. Disse dimensioner - personlig baggrund/ sociale rammer, selve erhvervsaktiviteten og bopælen virker således stærkt forbundne, og denne sammenhæng må siges at være et karakteristisk træk ved de kvindelige iværksættere i landdistrikterne. At analysere deres erhvervsaktivitet uden blik for denne samhörighed vil ikke give mening. Tilsvarende må en videre udvikling af deres koncept skulle tage højde for denne integrerede virkelighed og evt. en større vægt på inddragelse af komparative fordele ved landdistriktsbeliggenheden.

Kvindernes motiver og entrepreneurprocessen

Især i den ene af undersøgelseerne fremgår det, at kvinderne er startet i en relativt sen alder og har en betydelig joberfaring. Som tidligere beskrevet fortsætter nogle med at have en vis tilknytning til det ordinære arbejdsmarked, men generelt virker den sene opstart, som om de ”trækker sig ud” for at realisere et andet perspektiv, der så har social og fysisk rod på bopælen. Mange i den første undersøgelse nævnte, at de ønskede at gøre en hobby til mere end en hobby og kunne ernære sig ved det. I den anden undersøgelse nævner mange, at de ønsker

at blive deres egne "herrer" og selv at kunne bestemme. De to tilgange behøver ikke at være modstridende, og er måske til dels et udtryk for forskelligheden i undersøgelserne. Men de kan også tolkes sådan, at i den første, hvor de er yngre og tilflyttere, bedre kan se potentialer i forbindelse med valget at bopælen på det sted. I den anden er det de lidt ældre og lokale, som alene trækker sig ud fra det arbejdsmarked, de ellers må have pendlet til, og som måske netop derfor argumenterer i mere almindelige vendinger om motiver for det at blive iværksætter.

Det er også i den anden undersøgelse, at der fra manges side eksplicit gives udtryk for, at de forventer en vækstsituation: flere kunder, større omsætning og nogle få desuden egentlige forandringer i konceptet. Væksten skal dog ikke nødvendigvis tolkes som et stort volumen, bare at det hele kører bedre. Ingen ønsker heller at blive vækstiværksættere.

Men det må bemærkes, at mange af dem giver udtryk for, at de gerne vil kunne være som andre virksomheder, og ikke helt så mange at have en erhvervsaktivitet på de integrerede vilkår. Dette peger på en uoverensstemmelse mellem det, mange repræsenterer og har gjort eller haft mulighed for at gøre hidtil, og hvordan de ser sig selv. De synes altså at sidde mellem de to perspektiver, og bliver måske også trukket i retning af det første som følge af normalsystemets synsæt, jf. indledende teorier. Det har ikke været muligt at forfølge dette skisma ved hjælp af den første undersøgelse, men generelt set svarede mange af kvinderne deri, at de ønskede at forblive på sporet og kun en gradvis udvikling som livsstilsiværksættere.

Som i de nationale undersøgelser, op ref., virker kvindernes erhvervsnetværk også i vore undersøgelser relativt svage og deres radius for kontaktverden at være relativt kort. I den første undersøgelse opfattede mange sig f.eks. som usynlige for andre i erhvervssammenhæng og oplevede det som at leve på en øde ø, om end flere drev e-handel og derfor havde ikke-lokale kunder. Alligevel var mange af dem stærkt socialt involverede i de lokale samfund, men det blev som regel ikke forbundet med deres erhvervsaktivitet. Hvorimod i de tilfælde, hvor der var en mere direkte sammenhæng mellem de sociale og økonomisk netværk, som måske kunne drage fordele af fysiske ressourcer på stedet, var der også tale om en større grad af konsolidering af erhvervet. I den anden undersøgelse er det endnu mere tydeligt, at de kvindelige iværksættere selv opfatter, at de har forholdsvis begrænsede erhvervsmæssige samarbejdsrelationer og gerne vil have dem udvidet.

I begge undersøgelser har kvinderne kun sporadisk kontakt til normalsystemets rådgivningstilbud, hvor de til gengæld trækker på de sociale netværk som f.eks. familie, venner og bekendte. Der oplyses forskellige årsager, hvor det ofte handler om manglende viden og anerkendelse, men desuden om manglende tro på effekten. Det nævnes tit, at der er behov for målrettede tilbud i stedet og hjælp til synliggørelse af dem, som ellers ikke er synlige.

Deltagelse i netværk er til gengæld et centralt emne for mange af kvinderne i undersøgelse to, hvor de f.eks. nævner typer af netværk af en karakter, som mere er baseret på sparring og udveksling, at de kan møde ligestillede, end på "hardcore" erhvervsrådgivning. Det er måske ikke så sært, for det er jo kvinder, som har valgt at deltage i KVILA.

Mellem to stole

Hvis effekten af kvinders iværksætteri i landdistrikter skulle måles i antal arbejdspladser, økonomisk vækst etc., således de mere klassiske mål jf. perspektiv 1, skulle meget gøres anderledes. Der findes mange kvindelige iværksættere, og måske især i de områder af landet, hvor der er et særligt behov for skabelse af nye erhverv, men den beskæftigelsesmæssige og økonomiske udvikling dér er jo ikke overbevisende stor for tiden.

Men det er ikke fair at måle kvindernes iværksætteri på den måde. Undersøgelserne viser, at deres aktiviteter er stærkt integrerede i deres hverdagsliv i øvrigt på stedet og i familien, som i perspektiv 2, hvorfor kvindernes iværksætteri ikke mindst har stor betydning for hverdagslivet, bosætningen og fastholdelse af samme i landdistrikterne. Det lægger undersøgelserne her op til, at der burde fokuseres mere på. Hermed udelukkes ikke, at de også kunne få større udbytte af deres erhvervsaktivitet, at der er potentialer for større lokaløkonomisk effekt.

Forenklet set sidder mange af de kvindelige iværksættere i landdistrikter, jf. KVILA-undersøgelsen¹⁹ mellem to stole og skal antageligt træffe et valg om, hvilken stol de foretrækker at komme til at sidde på, hvis de skal overleve. Fortsat at ville sidde på dem begge, lader sig næppe gøre

Hvis det er stolen, der svarer til den gængse virksomhedsopfattelse, vil det forudsætte store forandringer. Deres erhvervsprojekt skal i videre udstrækning end nu kunne klare sig på konkurrencevilkår, hvor "virksomheden" skal kunne måles op imod andre virksomheder. Det kræver et stort spring. En funktionel løsrivelse fra det hele og gode liv vil skulle finde sted, og i sidste instans måske også en fysisk løsrivelse, som ingen ellers synes at overveje, tværtimod.

Hvis det er den anden stol, hvor der er tale om tilpasning til og sammenhænge i "det hele liv", handler det antageligt nærmere om at få disse sammenhænge optimeret, og at "den erhvervsmæssige" komponent bliver anerkendt og konsolideret på de vilkår.

En afklaring kan KVILA og andre netværk af den art være med til at skabe. Især synes det store spørgsmål at være, hvordan en udvikling blandt de kvindelige iværksættere i landdistrikter, på de præmisser, de har, kan understøttes. For nogle kan det se ud som, at KVILA og andre støttestrukturer skal arbejde med det mere ordinære erhvervsspor og hjælpe ud fra perspektiv 1. For de fleste, og måske alle, handler det under alle omstændigheder om at have blik for de samspil af social og fysisk art, kvinderne har til deres omgivelser.

Her er det f.eks. relevant at spørge til, om ikke den tydelige push-effekt kan vendes til også at blive en pull-effekt – altså at der udnyttes og direkte drages flere fordele ved det særlige på stedet – ved landdistrikterne - i deres erhvervs-koncepter – og at de i højere grad arbejder sammen om den del også. Samtidigt forekommer det oplagt at åbne sig for og uddybe hele "det globale rum" perspektiv, således at de mere stedbundne erhvervsprojekter har øje for et mere globalt samarbejds- og afsætningsperspektiv.

¹⁹ Der er ingen grund til at tro, at det er nævneværdigt anderledes for deltagerne i KVILA-undersøgelsen, men det er bare ikke undersøgt på samme måde.

En særlig mission for KVILA og andre aktører, som ønsker at understøtte kvindelige iværksættere i landdistrikter, kan altså være dobbelttrettet:

- Et øget fokus på anvendelse af de stedlige fordele i kvindernes erhvervsprojekter
- Et øget fokus på en global erhvervsradius, både i henseende til input, f.eks. viden og impulser udefra, og til output, f.eks. marked.

Litteratur

Alistair R. Anderson (2000).

Paradox in the periphery: an entrepreneurial reconstruction? *Entrepreneurship & Regional Development* 12(2): 91-109.

Helene J. Ahl (2004):

The Making of the Female Entrepreneur A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship. Jönköping International Business School. (Dissertation thesis)

Manuel Castells (1996):

The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.

Erhvervsfremmestyrelsen (2000):

Iværksætterkvinders vilkår. Elektronisk version ved J.H. Schultz Grafisk A/S.

Erhvervs- og Byggestyrelsen (2008):

Kvinder kan få succes med egen virksomhed. Schultz Distribution.

Erhvervs- og Byggestyrelsen (2010a):

Kvinder kan – et statistisk portræt. Kan downloades fra www.ebst.dk

Erhvervs- og Byggestyrelsen (2010b):

Statistik om kvindelige iværksættere – udviklingen 2001-2007. Kan downloades fra www.ebst.dk

Phil Hubbard et al. (eds.) (2004):

Key Thinkers on Space and Place. SAGE Publications.

Susan L. Jack; Alistair R. Anderson (2002):

The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing* 17(5): 467-487.

Susan Marlow et al. (2008):

Constructing female entrepreneurship in the UK: is the US a relevant benchmark? *Environment and Planning C: Government and Policy*, vol.26, pp. 335-351.

Peter Maskell (1988):

Industriens flugt fra storbyen: årsager og konsekvenser. ITTR, Handelshøjskolen i København.

Daniel Rauhut et al. (2008):

The Demographic Challenge to the Nordic Countries. Nordregio Working Paper 2008:1, Stockholm.

Thomas Schøtt (2009):

Iværksætteri i landområderne i Vejle Kommune. Videnskabelig rapport, Syddansk Universitet.

Hanne W. Tanvig (1995):

Lokal erhvervsudvikling – lokal erhvervspolitik. Fire vestjyske eksempler. Sydjysk Universitetsforlag.

Hanne W. Tanvig (2003):

Myten om de mange iværksættere i landdistrikter. Arbejdsrapport 4/03, CFUL, Esbjerg.

Hanne W. Tanvig (2010):

Mere mellem himmel og jord – spirende erhverv i landdistrikter i Vejle kommune. Elektronisk version kan downloades fra www.sl.life.ku.dk under publikationer.

Velfærdsministeriet og Fødevareministeriet (2009):

Landdistriktsredegørelse 2009. København.

Bilag 1.

Profiler af de spirende erhverv (fra undersøgelsen Mere mellem himmel og jord – spirende erhverv i landdistrikter i Vejle kommune)

Almindelige iværksættere	Almindelige iværksættere deltid
Forhandling af møbler (hjemmefra) Være selvstændig og kunne tage sig af børn Bosat sig pga. bolig Mand Ikke aktiv i lokalsamfund	Planteavl (nedlagt landbrug) At lave nyt, evt. flytte hovederhverv til gården Altid boet Mand Lidt aktiv i lokalsamfund
Smed/forhandling/terapeut (i erhvervsbygning hos nabo) Være selvstændig som familien Bosat sig pga. bolig Mand Lidt aktiv	Tilbehør til tekstilindustri At pleje selvstændighedstrangen ved siden af lønnet job Flytter til nedlagt landbrug tæt på, flere aktiviteter Familie og natur Mand Lidt aktiv
Konsulent (hjemmefra) At være selvstændig og kunne kombinere det med familielivet Bosat sig pga. bolig Mand Lidt aktiv	Ejendomshandel At pleje selvstændighedstrangen ved siden af lønnet job Flytter til nedlagt landbrug for at etablere nyt hovederhverv dér Tæt på natur Mand Meget aktiv
Montør (med udgangspunkt i nedlagt landbrugsbygning) At være selvstændig, familielivet/restaurere bygning/nærhed til natur Mand Lidt aktiv	
Håndværker (nedlagt landbrug) At blive selvstændig Altid boet Mand Lidt aktiv	
Entreprenør (nedlagt landbrug) At blive selvstændig, plads og natur Valgt stedet pga. natur Mand Lidt aktiv	
Mekaniker At være selvstændig Billig bolig Mand Ikke aktiv	
Forretning At være selvstændig Ledig forretning Mand Ikke aktiv	
Håndværker/montage At være selvstændig Bo på landet/tilflytter Mand Aktiv	
Håndværker At være selvstændig Opvokset på stedet Mand Lidt aktiv	

Vækstiværksættere	Vækstiværksættere deltid
Design og forhandling af emballage Erhverv ikke på bopæl At innovere og vokse Overvejer at flytte Mand Ikke aktiv	Design og forhandling af glaskunst Flyttet - fra nedlagt landbrug At innovere og vokse (et led i større koncern) Kvinde Ikke aktiv
Produktion og forhandling af nyt teknologisk produkt Erhverv langt fra bopæl (strategisk beliggenhed) At innovere og skabe vækst Mand Lidt aktiv (i erhvervssammenhæng)	Forhandling af brugte biler (e-business) (hjemmefra) At være selvstændig og skabe vækst Vil flytte til større bygning i nærheden for at udvide kapaciteten og gøre det til hovederhverv Mand Lidt aktiv
Overfladebehandling Erhverv langt fra bopæl (strategisk beliggenhed) At innovere og skabe vækst (del af en større koncern) Mand Ikke aktiv	
Livsstilsiværksættere	Livsstilsiværksættere deltid
Installatør Kombineret bopæl/arbejdssted (med ansatte) At kunne integrere arbejde og familieliv og prioritere det sociale i lokalsamfundet liv højt Valgt stedet pga. landsbyens liv Mand Er meget aktiv	Coach og terapeut (i nedlagt landbrug, altid boet der) Realisere en hobby, tæt på natur, ledige bygningsressourcer, ønske om et nyt mødested Kvinde Aktiv i lokalsamfundet
Produktion, import, forhandling af bær og bærprodukter (e-business/ gårdbutik) Valgt bosætning i nedlagt landbrug pga. natur og plads – startet siden hen/udnytte kapacitet/jord til nye formål/være innovativ At kunne integrere erhverv i hverdagsliv Mand Meget aktiv	Salg af helseprodukter (hjemmefra nedlagt landbrug, altid boet der) En meningsfuld tilværelse og hobby Bopæl i naturen vigtig Kvinde Tidligere aktiv
Rejseselskab (etableret i nedlagt landbrugsbygning) – bopæl i nærheden Ønske om at bruge sin specialviden i landlige omgivelser Mand Meget aktiv	Dekoration, design, rådgivning (fra hjemmeadressen) For at skabe mening og bruge det smukke hus og omgivelser Kvinde Lidt aktiv
Cafeteria (mødested/aktiviteter) – bopæl i nærheden Valgt ny livsstil og landsbyen for at blive aktiv Mand Meget aktiv	Maleri, galleri, kurser (nedlagt landbrug) For at skabe mening tæt på naturen, og bruge bygninger og omgivelser Kvinde Meget aktiv
Håndværker (med udgangspunkt fra bopælen) For at integrere og realisere et familieliv tæt på naturen Mand Aktiv	Massør og terapeut (på bopælen) Bruge særlige evner og interesser, realisere tæt på naturen i smukke omgivelser, integreret i familielivet Kvinde Tidligere aktiv
Rådgivning m.v. (tilflyttet ledig bygning, velbeliggende, natur og et levende miljø, ønske om at skabe nyt mødested) Kvinde Aktiv	Hundekennel (i bopælen) At bygge på en hobby, leve tæt på og i naturen (vil ikke vokse, for så skal hun flytte) Kvinde Tidligere aktiv
	Salg af designet tøj (e-handel) (fra hjemmeadressen) (vil måske flytte til større faciliteter i nærheden, for at blive fuldtids og hvis ressourcer opnås) Få livskvalitet/tjene på en hobby Bo/være tæt på natur og det lokale samfund Kvinde

	<p>Salg/genanvendelse af byggematerialer (egne lokaler)</p> <p>Sikre livskvalitet/tjene på en hobby</p> <p>Tæt på natur og deltagelse i lokalsamfund</p> <p>Mand</p> <p>Aktiv i lokalsamfundet</p>
	<p>Udstyr til håndarbejde, kursusaktiviteter (e- handel) (nedlagt landbrugsbygning) Vil gerne være på fuld tid</p> <p>Livskvalitet/familien/ leve af sin hobby</p> <p>Tæt på naturen og ledig kapacitet Bruger naturen i markedsføring</p> <p>Aktiv i lokalsamfundet</p> <p>Kvinde</p>
Uden for kategori	Uden for kategori deltid
<p>Konsulent, investeringsselskab (nedlagt landbrugsbygning)</p> <p>Forretningsambitioner kombineret med livsstil</p> <p>Tæt på naturen og ledig kapacitet</p> <p>Vil være sig selv og skabe vækst</p> <p>Mand</p>	<p>Kiosk (ikke i forbindelse med bopæl)</p> <p>For at diversificere og give mening/lokalt mødested</p> <p>Kvinde</p>

Bilag 2.

Spørgeramme med bearbejdede resultater - undersøgelsen i KVILA netværket

Om din virksomhed

1. Hvad laver du/din virksomhed? Skriv med egne ord

Svarene er gengivet i hovedteksten

2. Hvornår startede du virksomheden? Årstal _____

Før 2000	2000-2005	2006-2010	Ikke endnu
*	*****	*****	

2a. Var det første gang, du startede en virksomhed? (sæt x) Ja ____ Nej ____

Ja	Nej	Ikke endnu
*****	****	

3. Mere end 100.000 i omsætning i 2009? (sæt x) Ja ____ Nej ____

Ja	Nej	Ikke svaret / kan ikke svare
*****	*****	*****

4. Fuld tid i virksomheden? (sæt x) Ja ____ Nej ____

Ja	Nej	Ikke besvaret
*****	*****	*

4a. Hvis nej, lønnet arbejde ved siden af? (sæt x) Ja ____ Nej ____

Ja	Nej	Ikke besvaret
*****(*)*	*****	***

Får lille pension

(*) Bierhverv som aflastningsfamilie

4b. Ansatte i virksomheden? (sæt x) ja ____ Nej ____

Ja	Nej	Ikke besvaret
****	*****(*)***	**

(*) Min mor arbejder som frivilligt i firmaet på fuld tid

5. Kunder, hvor? (sæt x) Især lokale ____ Især fra Østjylland ____ Alle vegne fra ____

Lokale	Østjylland	Alle vegne fra	Ikke besvaret
*****	*****	*****	*

6. Salg via e-handel? (sæt x) Ja ___ Nej ___

Ja	Nej
*****	*****

6a. Hjemmeside?

Ja	Nej	Ved ikke hvem
*****	*****	*

7. Hvordan forventer du virksomhedens fremtid og udvikling? (sæt x)

Som nu ___ Væsentlige ændringer ___

Som nu	Væsentlige ændringer
*****	*****

7a. Hvis væsentlige ændringer, uddyb venligst

Svarene er gengivet i hovedteksten

Om dig selv

8. Din alder? ___ år

- 30	31-40	41 – 50	51 – 60	61 -
	***	*****	*****	*

9. Din uddannelse? (sæt x) Ufaglært ___ Faglært ___ Boglig/videregående uddannelse ___

Ufaglært	Faglært	Boglig/videregående uddannelse
	*****	*****

10. Din husstand? (sæt x) Enlig ___ Samboende, uden børn ___ Samboende med børn ___

Enlig	Samboende, u. børn	Samboende, m. børn
(*)	***	*****((**))

Flyttet hjemmefra

(*) med plejebørn

((voksne))

11. Hvad lavede du før opstart af din virksomhed? Skriv med egne ord, hvad, hvor, hvor lang tid etc.

Svarene er gengivet i hovedteksten.

12. Skriv den eller de vigtigste grunde til, at du har etableret din virksomhed/er blevet selvstændig?

Svarene er gengivet i hovedteksten.

Om stedet

13. Har din bopæl og virksomhed samme adresse? (sæt x) Ja___Nej___

Ja	Nej
*****	***

Delvis ude på virksomheder

14. Har du boet i nærområdet (inden for 10 km) i flere end 10 år? (sæt x) Ja___Nej___

Ja	Nej
*****	*****

15. Hvorfor er virksomheden placeret, hvor den er? Skriv med egne ord

Svarene er gengivet i hovedteksten.

16. Vil virksomheden være på samme adresse om 5 år? (sæt x) Ja___Nej___Ved ikke___

Ja	Nej	Ved ikke
*****	*	*****

Ekspropriation

Vi flytter til august

Hvis økonomien bliver rigtig god, så flytter virksomheden/eller også gør jeg! Det generer mig mere og mere at bo på samme adresse...

17. Hvilke faktorer har betydning for beliggenheden af din virksomhed? På en skala fra 1-5 (5 er højst) – sæt et tal ved hver af nedenstående kategorier

a. God plads, b. Billig husleje, c. Naturen i nærheden, d. Et lokalt fællesskab, e. Bopæl og evt. familie i nærheden, g. Andet, hvad _____

	1	2	3	4	5	Ikke besvaret (korrekt)
God plads	**	*	***	*****	***	*****
Billig husleje	*	*	*	*	*****	*****
Naturen	****		**	****	*****	****
Lokalt fællesskab	**	***	****	***(*)*	*((*)	*****
Bopæl/familie i nærheden	**	*	**	**	*****	*****
Andet						

(*) har ikke været til stede, hvorfor ønsket om at flytte har været stort. Mærker dog tydeligt, at det vokser nu, takket være Tanvigs projekt, KVILA og de ringe, de skaber i vandet ... TAK

((*)) Arbejdsfællesskab

17 a. Hvad?

Indrettet efter mine ønsker og behov

Ro og fred til behandlingerne og dejligt lyst og venligt lokale

Gratis parkering
Hvor kunderne befinder sig
Masser af trafik/kunder

Om samarbejde

18. Har du samarbejde (af større betydning) med andre erhvervsdrivende? (sæt x)

Ja ___ Nej ___

Ja	Nej	Ved ikke/ikke svaret
****(*)**	*****	*

(*) Netop fået det nu

18a. Hvis ja, er de lokale? (sæt x) Ja ___ Nej ___ Både/og ___

Ja	Nej	Både/og	Ikke svaret
(*)	*	***	*

(*) På arbejdsstedet

19. Deltager du i netværk af betydning for virksomhed (sæt x) Ja ___ Nej ___

Ja	Nej	Ikke besvaret
*****	***	**

19a. Hvis ja, hvilke(t) og dit udbytte af det
Svarene er gengivet i hovedteksten.

20. Deltager du i lokale arrangementer, lokalt udviklingsarbejde m.v. i dit nærområde? (sæt x) Ja ___ Nej ___

Ja	Nej	Ikke besvaret
*****	*****	*

Har ikke tid

20a. Hvis ja, skriv venligst hvilke(n) og dit udbytte af det

Flere af de tidligere nævnte og adskillige andre

Opstart af privat børnehave f.eks. Glæde ved at det lokale nærområde kan bestå ved ens hjælp og mange andres

Støtter de ting der er i idrætsforeningen. Er selv instruktør i gymnastikforeningen.

Grundejerforening, sportsforening

Markeder. Sponsorerer gerne. Det giver kursister

KVILA er med til at øge kendskabet til min virksomhed

LAG og samarbejde med borgerforeninger. Giver kontakt og viden om lokalsamfundet.

Lokalt julemarked – sportsfest (marked)

Frivilligt arbejde i motionscenter/idrætshal. Lokale indsamlinger, sponsoreringer ved byfester m.v. Bestyrelsespost i TVEF (nyetableret lokalt netværk for erhvervsdrivende)

Kvindel. Iværksættere i Vejle – se ovenfor

Forskellige – og derfor meget forskelligt udbytte!

Om rådgivning o.l.

21. Har du brugt/bruger du erhvervsrådgivning/kurser (f.eks. lokalt erhvervskontor) ved etableringen/driften af din virksomhed? (sæt x) Ja ___ Nej ___

Erhvervsrådgivning	Ja	Nej	Ikke svaret
	*****	*****	*

22. Har du brugt/bruger du din familie, kolleger, venner ved etableringen/driften af din virksomhed? (sæt x) Ja ___ Nej ___

Kolleger, venner			
	*****	*****	*

23. Har du oplevet/oplever et behov for viden, rådgivning m.v., som ikke umiddelbart dækkes? (sæt x) Ja ___ Nej ___

Behov som ikke dækkes			
	*****	*****	

23a. Hvis ja, hvad handler det om og hvem kan måske bidrage? Skriv med egne ord
Svarene er gengivet i hovedteksten.

Om dig som iværksætter?

24. Hvad prioriterer du højest som iværksætter? (vælg kategori nedenfor, sæt kun et x)

Det er vigtigt, at min virksomhed bliver stor og kendt, og den må gerne optage mig det meste af tiden	
Det er vigtigt, at min virksomhed klarer sig og kommer på lige fod med andre virksomheder, og den må gerne optage mig, men der skal også være behov for at leve i fritiden	*****
Det er vigtigt, at min virksomhed kan fungere som en integreret aktivitet og få mit hverdagsliv til at gå op i en højere enhed – både hvis den økonomisk set ikke er velkørende og hvis den er	*****(*)

(*) lige nu

25. Finder du, at det gør en forskel, at du er kvindelig iværksætter og ikke en mand? (sæt x) Ja ___ Nej ___

Ja	Nej
*****	*****

Måske kun på valg af branchen, ikke som person og det at drive virksomheden

25a. Hvis ja, hvilke(n) forskel(le), skriv med egne ord
Svarene er gengivet i hovedteksten.

26. Gør det en forskel, at du har etableret dig i et landdistrikt (og ikke en by)? (sæt x) Ja ___ Nej ___

Ja	Nej	Ikke besvaret
*****	*****(*)	*

(*) Har ikke arbejdssted på landet

26a. Hvis ja, hvilke(n)? Skriv med egne ord

Svarene er gengivet i hovedteksten

27. Hvis du skulle foreslå en god indsats fra det offentlige side til fordel for dig/din virksomhed, hvad skal den så handle om? Skriv med egne ord

Svarene er gengivet i hovedteksten.

28. Hvis du vidste, hvad du ved nu om start/drift af din virksomhed, ville du så gøre det hele om igen stort set (sæt x) Ja__Nej__

Ja	Nej	Ikke svaret
*****	***	* Både/og

28a. Hvis nej, hvad ville du så gøre helt anderledes? Skriv med egne ord

Både og.. Det var svært i starten at få f.eks. supplerende dagpenge eller bare fred fra AF til at tænke udvikling af virksomheden – der var ikke forståelse for projektet

Ja om igen, og meget mere målrettet

Jeg ville få mere hjælp til at købe tøj ind, som har et smart design

Solgte skindet før bjørnen var skudt. Undgå smarte ejendomshandlere og reklamebureauer, der sluger alt for mange penge, inden man overhovedet er kommet i gang. Placere min virksomhed i (stor)byen og i stedet nøjes med færre kvm. for de samme penge.

29. Hvis du skulle give råd til andre kvinder, som evt. påtænker at starte egen virksomhed i et landdistrikt, hvilke er de så? Skriv med egne ord

Svarene er gengivet i hovedteksten.

Yderligere

Jeg er så taknemlig for alt, hvad dette projekt har gjort for mig. Jeg har fundet den støtte, som jeg manglede og tør nu ”sælge mig selv” som en virksomhed. Jeg er ikke længere bare en ”en bitte biks” TAK.

Jeg flytter fra Vejle



Kvindelige iværksættere i landdistrikter - ikke bare en bitte biks.

Teorier og konkrete undersøgelser i landdistrikter i Vejle kommune

Skov & Landskab
Københavns Universitet
Rolighedsvej 23
1958 Fredriksberg C
Tel. 3533 1500
sl@life.ku.dk
www.sl.life.ku.dk

Nationalt center for
forskning, uddannelse og
rådgivning i skov
og skovprodukter,
landskabsarkitektur og
landskabsforvaltning,
byplanlægning og bydesign